

# Estrategias de precios de bienes de consumo masivo



**NIQ**

Este enfoque considera todo el paquete de precios, donde calcula sus costos de producción para un producto y luego agrega un margen predeterminado para los precios de venta.

### **Pros**

Esto le permite recuperar sus costos y garantizar una ganancia por cada producto que venda.

### **Contras**

Esta estrategia no tiene en cuenta la competencia o las tendencias de la demanda de los consumidores. Esto significa que puede tener problemas para mantenerse al día con los cambios en el mercado. También requiere que mantenga costos de producción estables porque un aumento afectará su precio de venta o lo obligará a aumentar los precios y arriesgarse a molestar a los clientes.

## ***Precios basados en costos***

Otro modelo popular, los precios competitivos son exactamente lo que parece. Mira a sus mayores competidores, ve sus precios y trata de igualarlos o socavarlos.

### **Pros**

Este modelo funciona bien para industrias con menos variación entre el costo y la calidad del producto.

### **Contras**

Este modelo funciona bien para industrias con menos variación entre el costo y la calidad del producto.

# ***Precios competitivos***

Si se encuentra en un mercado altamente competitivo, este es un gran modelo para usar. La fijación de precios de penetración implica lanzar productos a un precio bajo para despertar el interés y luego aumentar los precios una vez que haya creado demanda.

### **Pros**

Muchos de los gigantes de hoy se ganaron el mercado empleando esta estrategia.

### **Contras**

Este modelo requiere que tenga el capital para mantener márgenes más pequeños mientras aumenta el interés y la capacidad de generar suficiente lealtad para que los consumidores se queden después de que aumente sus precios.

# ***Precios de penetración***

A veces llamados precios basados en la demanda, este modelo implica el uso de la investigación de la demanda del consumidor para establecer precios que coincidan con sus necesidades. El valor en el modelo proviene de saber lo que los consumidores están dispuestos a pagar y cumplirlos a este precio.

### **Pros**

Si este precio le da una ganancia decente, puede ser altamente lucrativo.

### **Contras**

Esta estrategia requiere una buena herramienta de análisis de datos minoristas que brinde información sobre las tendencias de la demanda, los comportamientos de los consumidores y los cambios en el mercado. Esto se puede contrarrestar fácilmente con el socio de datos adecuado a su lado.

## ***Precios basados en el valor***

Basado en el otro lado del espectro de precios de penetración, el **skimming de precios** implica lanzar productos a un precio alto y luego reducirlo una vez que la competencia ingresa al mercado.

### **Pros**

Esto generalmente se reserva para productos que establecen un nuevo mercado o donde la competencia actual es demasiado débil en calidad o demanda para ser una amenaza.

### **Cons**

Puede ser un modelo arriesgado si los consumidores ven sus productos como demasiado caros o si los competidores pueden socavarlo y ganar cuota de mercado.

# ***Skimming de precios***

# Impulse su crecimiento

Póngase en contacto con nuestro equipo dedicado a PyMEs para ver cómo su empresa puede acceder a los datos de mercado, categoría y canal.

[Learn more](#)