

Evaluación de precios

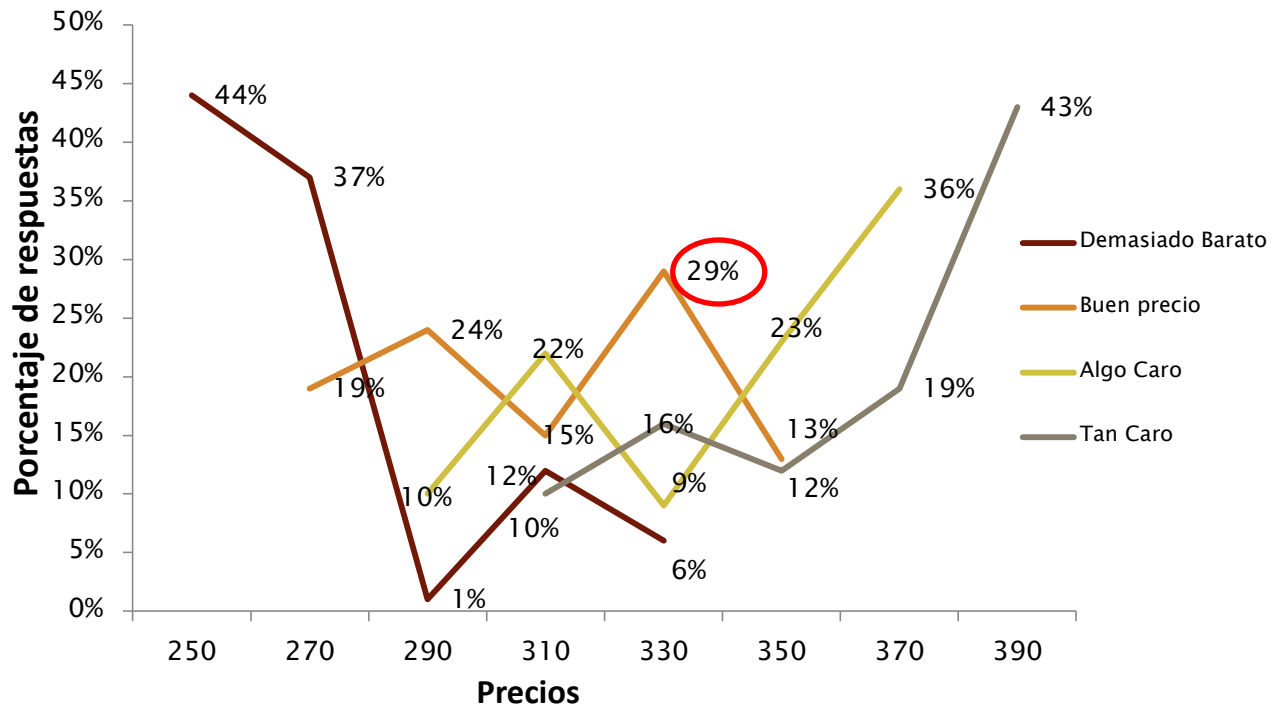
De acuerdo con Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

Mientras que Arellano menciona que es la cantidad acordada entre dos partes que quieren obtener un beneficio mediante el intercambio de bienes y servicios.

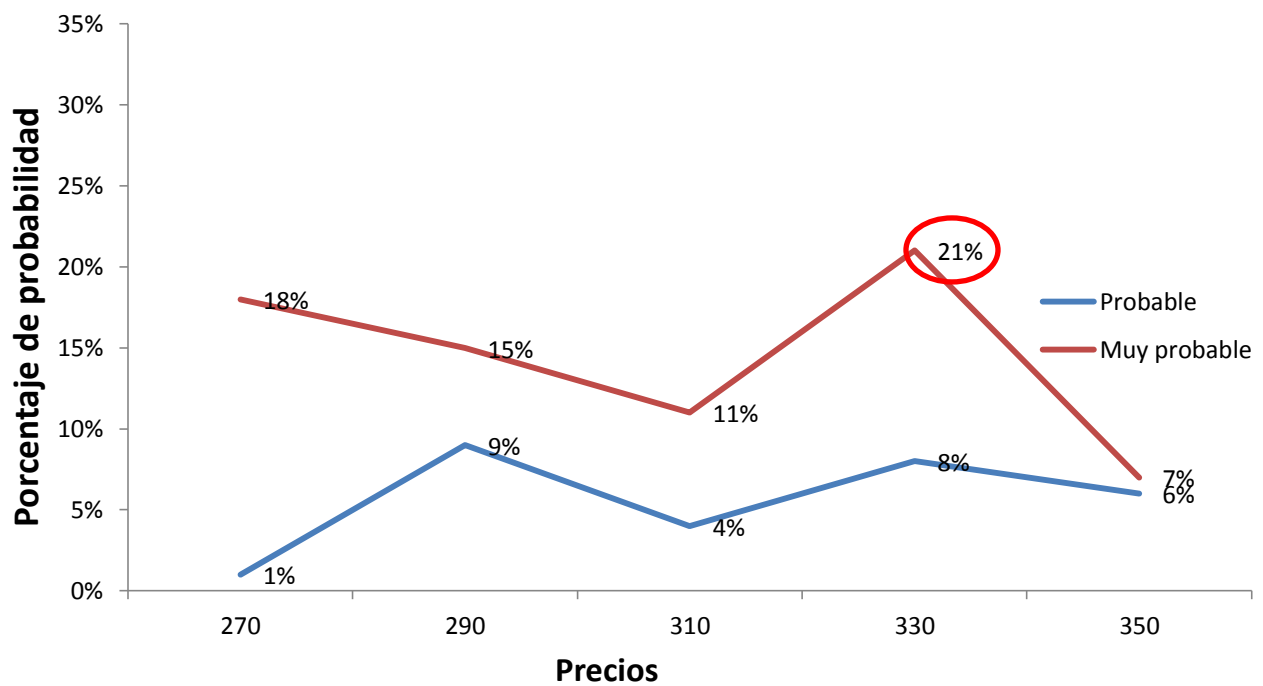
Por lo que entonces precio es la cantidad monetaria a la que el fabricante pone a disposición un producto o servicio para que un individuo lo adquiera.

Al momento de querer establecer esta cantidad es importante escuchar de los consumidores su percepción en cuanto a opciones tal como: **(precio demasiado barato, muy buen precio, caro y tan caro)** por lo que es conveniente tomar una muestra de la población y aplicar un listado de diferentes cantidades en las cuales se obtengan porcentajes ejemplo: un encargado de producto quiere saber los precios por los que decide levantar una muestra y se obtienen los siguientes indicadores en donde se preguntará la probabilidad de compra en opciones Buen Precio y Algo Caro.

PRECIOS EN 4 OPCIONES DEMASIADO BARATO, BUEN PRECIO, ALGO CARO Y TAN CARO PERO AUN ASÍ LO COMPRARIA



AHORA SE MUESTRA LA PROBABILIDAD DE COMPRARLO A UN BUEN PRECIO



FINALMENTE OPCIÓN PRECIO CARO

