

# ¿Qué es una Estrategia de Precios?

Fijar precios no es algo que se deba tomar con ligereza, porque puede determinar el fracaso y el éxito de tu compañía o servicio. Así de importante es implementar una estrategia de precios adecuada.

Esto dependerá de tus objetivos y de la evaluación que puedas tener del [mercado](#). La intención siempre será establecer el valor justo a tus productos o servicios, y que sean apreciados por tus clientes.

## ¿Qué se entiende por estrategia de precios?

La estrategia de precios es una metodología implementada a menudo por la unidad de marketing de tu empresa, pero es algo que también puede hacer una persona para su negocio o servicio.

Consiste en tomar en cuenta una serie de criterios para poder establecer el valor de un producto sin que esto suponga un incremento excesivo que impacte al consumidor o que, por el contrario, genere una pérdida por su venta.

## ¿Cómo implementar una estrategia de precios exitosa?

Lo primero que hay que tomar en cuenta es que no se puede establecer un precio a criterio propio, es decir, no se puede fijar un precio al azar, cada uno de los productos que se estiman vender han tenido un costo, además, debes analizar el mercado, el tipo de producto y el impacto que esperas u objetivo que quieres cumplir con su venta.

**Para ello, toma en cuenta lo siguiente:**

- **Analiza los objetivos de tu empresa o negocio**, porque tus productos pueden elevar las ventas, atraer a clientes y competir, dependiendo del caso, puedes reducirlos, equilibrarlos o aumentarlos con respecto al mercado, competidores y otros productos que ofrezcas.
- **Estudia al cliente y la opinión que tenga sobre tus productos**, qué espera de ellos, cómo ha sido su receptividad con el precio actual, ¿lo impacta de manera positiva o negativa?
- **Evalúa la competitividad de tus precios**, no necesariamente requieren ser bajos, analiza el entorno, la oferta y demanda que puede haber con el mismo.
- **Establece una estructura de costo**, recuerda que las ganancias deben aportar a la reposición del producto, salarios, pagos de servicios, entre otros.



## **¿Qué pasa si no se aplica una estrategia?**

Fijar un precio puede ser la parte más importante de la venta y no establecer una estrategia coherente puede implicar

riesgos importantes para tu empresa o negocio, entre ellos: perder clientes, obtener menos ganancias o dañar la reputación de tu establecimiento por tener precios elevados, lo que con el tiempo **podría incidir en el rendimiento o rentabilidad de tu empresa.**

## Tipos de estrategias



Existen muchos tipos de estrategias que se pueden aplicar, las más comunes en la actualidad son las siguientes:

- **El Skimming pricing:** consiste en **inflar el precio de salida de un producto nuevo**. Se utiliza esta estrategia cuando existe mucha demanda de un producto de calidad, se puede dar prioridad a clientes de primera línea o preferenciales. Posteriormente, se estabilizan o ajustan los precios una vez haya bajado la demanda. También, se aplica por temporadas.
- **Dinámica:** se establece el precio según la **demanda** que exista del producto.
- **Penetración:** se establece un **precio por debajo del mercado** al que los compradores esperan sea superior. Es una forma de entrar al mercado y dar a conocer el producto.

- **Descuentos:** se puede aplicar un porcentaje en temporadas específicas o evaluando otros factores del mercado. **No se puede abusar de esta estrategia**, debe tener tiempos específicos.