

16 estrategias de fijación de precios (con ejemplos)

Escrito por **Shelley Pursell**

CALCULADORA DE PRECIOS DE VENTA

Calcula los ingresos que obtendrías con cada modelo de fijación de precios

Descarga aquí

12 min remaining

[Download for Later](#)

Una vez que tu empresa termina el diseño de un producto, quieres que llegue a los clientes lo antes posible, ¿verdad? Uno de los factores esenciales para que eso suceda es que fijes los precios adecuados.

Por estos motivos, contar con una estrategia de precios adecuada es más que

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Considera y ten en cuenta los tipos de estrategias de precios que te ayudarán a elegir la más adecuada para **calcular el precio** de tus productos o servicios.

1

**Qué es una
estrategia
de precios**

2

**Cómo
determinar
el precio de
un producto**

3

**Cómo
descubrir el
nicho de tu
producto**

4

**Tipos de
estrategias
de fijación
de precios**

[MARKETING](#)[VENTAS](#)[GESTIÓN DE
CLIENTES](#)[SITIO
WEB](#)[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Qué es una estrategia de precios

Una estrategia de precios es el conjunto de procesos y metodologías utilizadas por las empresas para fijar los precios de sus productos o servicios.

PLANTILLA GRATIS

Calcula los ingresos que obtendrías con cada modelo de fijación de precios

Cuéntanos un poco de ti para acceder a la plantilla

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Hola 👋, ¿cómo estás?

Nombre

Juan

Apellidos

Pérez

¿Cómo determinar el precio de un producto? 4 factores indispensables

Los precios, debido a su naturaleza, pueden variar desde un mínimo hasta un máximo. Esto depende del punto en el que se encuentren en la cadena de distribución. Adicionalmente, los precios pueden cambiar de acuerdo con la fase del ciclo de vida del producto, y aquí es donde tu estrategia de precios entra a jugar un papel importante.

A continuación te detallamos cuatro factores indispensables que te ayudarán a determinar el precio de tu producto:

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

elemento que te conviene considerar en tu estrategia de precios, ya que **los aspectos que afectan este ciclo** (como la demanda y duración) son determinantes al momento de establecer cuáles cambios debe proponer tu empresa. Si mantienes presente este aspecto, adaptarás los productos a las necesidades cambiantes de los consumidores.

2. La determinación de precios de salida muy altos o muy bajos

Este factor representa un doble problema porque normalmente estos precios no producen la respuesta esperada por parte del cliente y, por ende, se corre un riesgo operativo. Por esta razón, los precios deben alinearse a las políticas y los objetivos financieros de tu empresa sin olvidar los precios que tiene la competencia.

3. El análisis previo de tu empresa

Es un factor importante conocer el estado de tu posición competitiva y tu cuota de mercado, así sabrás qué debes planificar respecto a la imagen de la marca, la utilidad del servicio, la calidad y las características de tu oferta respecto de otros productos o servicios. Y todo esto solo lo puedes hacer con un análisis previo de tu empresa.

4. El análisis de tus competidores

Así como es importante saber el estado de tu empresa, también lo es conocer el de tu competencia; esto te permitirá comprender la percepción que el

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

integrado en el camino del comprador.

Recursos complementarios

[Calculadora gratuita de precios de ventas](#)

¿Cómo descubrir el nicho ideal de tu producto? Analiza tu mercado y establece los criterios

Además de los cuatro factores que te acabamos de mencionar, **te conviene realizar una investigación de mercado para descubrir cuál es el nicho ideal de tu producto**. Para esto te será de utilidad aplicar encuestas, tanto directas como en línea. Así tendrás más alcance y tus clientes potenciales también darán opiniones valiosas acerca de cuánto estarían dispuestos a pagar por tu producto.

Toda esta información abrirá tu panorama respecto al esquema de precios que elaboras y permitirá nutrir tus parámetros para determinar los precios de tus productos o servicios.

Recuerda que la política de precios debe ser coherente con la política de producto, es decir, debe existir una correspondencia entre la calidad, las características y los precios. Además, las estrategias para establecer precios deben adaptarse según las necesidades de tu compañía de la siguiente manera:

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

otros sectores.

Mantén un margen estable entre los precios de producción y la oferta.

Crea estrategias en función del margen de rentabilidad que buscas.

Lanza ofertas o promociones si quieres contrarrestar la competencia.

Identifica cuáles son los factores que te ayudarían a crear un precio premium (esto te permitirá aumentar el margen de ganancia).

Ahora es momento de que conozcas las 16 estrategias de precios más relevantes.

Tipos de estrategias de fijación de precios

1. Estrategia de precios en relación con la competencia.
2. Estrategia de discriminación de precios.
3. Estrategia diferencial.
4. Estrategia de precios psicológicos.

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

7. Estrategia de precio freemium.
8. Estrategia de precios Hi-Lo.
9. Estrategia de precios por hora.
10. Estrategia de descremado de precios.
11. Estrategia de precios de penetración.
12. Estrategia de precios premium.
13. Estrategia de precios según proyecto.
14. Estrategia de precios según valor percibido.
15. Estrategia de precio por paquete.
16. Estrategia geográfica de precios

1. Estrategia de precios en relación con la competencia

Hay varias posibilidades de precios con base en este criterio. Cuando los precios de la competencia son más bajos que los de tu compañía, será necesario que la diferencia esté justificada para los compradores; a este precio

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

compensarán las desventajas ante la oferta contraria; a esto también se le conoce como precio descontado. O bien, con un precio medio (que podría resultar similar al de la competencia) dejas espacio a la preferencia libre del consumidor.

Características de la estrategia de precios en relación con la competencia

Se centra en la atención a la competencia.

Es posible fijar precios altos, bajos o promedio a la categoría.

Ejemplo de estrategia de precios en relación con la competencia

Observa cómo el primer software de nómina contable ofrece un precio que representa menos del 50 % del precio que ofrece su competencia en la licencia. Además, la inversión por la actualización es 30 % menor en relación con la misma oferta. En este caso, la estrategia utiliza un precio descontado o **precio bajo** que le da una ventaja al comparar los precios establecidos por la segunda opción.

Administra tu nómina y cumple en tiempo con todas las obligaciones de ley.

es el software que te ayuda a llevar un control en el cálculo y pago de sueldos y salarios, así como estar al día con las obligaciones obrero-patronales; además de facilitar la emisión y timbrado del CFDI de nómina

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

PROBAR 1 MES GRATIS

COMPRAR

LICENCIA*	ACTUALIZACIÓN*	SUSCRIPCIÓN MENSUAL POR USUARIO*	
\$8,640	\$4,752		
Adicional	Usuario Adicional	1 \$ 360	7 \$ 892
1 \$ 2,160	1 \$ 1,426	2 \$ 459	8 \$ 957
2 \$ 3,888	2 \$ 2,376	3 \$ 550	9 \$ 1,028
5 \$ 8,640	5 \$ 5,227	4 \$ 685	10 \$ 1,098
10 \$ 14,688	10 \$ 9,029	5 \$ 755	11 o más \$ 109 c/u
		6 \$ 822	

2. Estrategia de discriminación de precios

Funciona al aplicar distintos precios para un solo producto, dependiendo de las características del mercado al que va dirigido. Varían por elasticidad de la demanda, o por razones demográficas y económicas. Pueden clasificarse en 3 tipos:

La de **primer grado** es cuando la empresa conoce exactamente cuánto está dispuesto a pagar cada consumidor; su objetivo es obtener la máxima rentabilidad.

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

estrategia para ser común en ventas con grandes volúmenes como los productos que se presentan en paquetes.

La de **tercer grado** aplica cuando se cobra un precio lineal para cada grupo de consumidores.

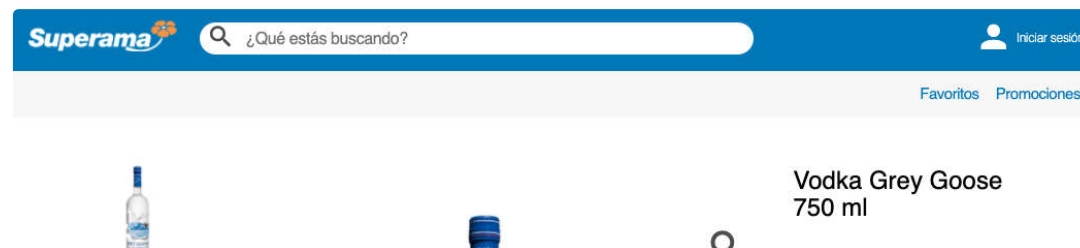
Características de la estrategia de discriminación de precios

Permite a vendedores obtener mayores beneficios que cuando cobran una tarifa única.

Es una estrategia común cuando una empresa ya controla el mercado y busca maximizar sus beneficios.

Ejemplo de estrategia de discriminación de precios

En este ejemplo puedes ver que se ofrece un mismo producto un 18 % más barato. La diferencia radica en que uno se ofrece en un supermercado de alta gama, donde los consumidores suelen adquirir cierto tipo de productos a precios un poco más elevados, mientras que la segunda oferta pertenece a Amazon, donde la gente acostumbra comparar precios y proveedores para elegir el más conveniente.



MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Agregar



Vodka Grey Goose 750 ML

por Grey Goose



10 calificaciones

Precio: \$624.00 (\$0.89 / Millilitros) ✓prime

Disponible a un precio menor de otros vendedores, posiblemente sin envío gratuito Prime.

- Grey Goose
- Vodka
- 700 ml

Nuevos: 11 desde \$614.00



Debes ser mayor de edad para ordenar este producto.

[Denunciar información de producto incorrecta](#)


Aviso Importante:

En cumplimiento a las leyes y regulaciones locales restringiendo la venta y/o consumo de alcohol, es posible que este producto no pueda ser entregado en algunas direcciones. En caso de existir alguna restricción en la dirección seleccionada, verás un aviso al momento de finalizar la compra. Consulta las regulaciones locales aplicables a tu dirección de entrega antes de hacer tu pedido.

3. Estrategia diferencial

Las estrategias diferenciales te permiten llegar a distintos tipos de consumidores, es decir, son funcionales en mercados heterogéneos. Se aplican

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

que los acuerdos comerciales aumentan significativamente con el margen y los beneficios.

Entre las alternativas que existen, los precios pueden tener descuentos u ofrecerse por paquete.

También se utilizan los precios cebo y anzuelo, que consisten básicamente en lanzar un producto a un precio bajo, mientras que sus componentes o productos adicionales tienen un precio más alto o que representan un buen porcentaje del producto inicial.

Características de estrategia diferencial

Tiene como principio ajustar los precios en función de las características de los usuarios.

Busca ofrecer a los consumidores la mejor opción de precio en el mercado.

Ejemplo de estrategia de precios diferenciales

Seguramente has visto ofertas en productos, de los que después sabes que sus repuestos representan el 50 % del producto original, o incluso sobrepasan su coste. Estos precios anzuelo clásicos son comunes en la venta de electrodomésticos y consumibles básicos, como este donde el repuesto representa un 70 % del total del producto.



Gillette Venus Extra Smooth Swirl -
Cuchillas de afeitar para mujer, 4
unidades

por Gillette

★★★★★ 1,114 calificaciones

Precio: **\$494.83** (\$123.71 / Count) + Pueden aplicarse
tarifas de importación al finalizar la compra.
prime

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



- 5 diamond-like coated blades, perfectly balanced, glide over your skin
- The water-activated Ribbon of moisture around the blade helps protect from nicks & cuts

[Denunciar información de producto incorrecta](#)

Salud, Belleza y Cuidado Personal

Exclusivos de Amazon EEUU en México



Gillette Venus Extra Smooth Swirl Women's Razor - 1 Handle + 4 Refills

por Gillette



168 calificaciones

Precio: **\$592.22** (\$148.06 / count) + Pueden aplicarse
tarifas de importación al finalizar la compra.
✓prime

Tamaño: 1 Razor + 4 Refills

- Gillette Venus Flexi ball pivots to contour to your body for a flawless shave
- 5 diamond-like coated blades, perfectly balanced, glide over your skin
- The water-activated Ribbon of moisture around the blade helps protect from nicks & cuts

[Denunciar información de producto incorrecta](#)

Outlet

Miles de productos con excedente
de inventario en descuento

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

percepción que el consumidor tiene sobre un producto.

Un ejemplo de percepción ocurre cuando el público asocia que un precio alto corresponde a un nivel de calidad alto y establece una comparación con respecto a un precio menor por su baja calidad.

Esta estrategia también está presente en el clásico \$19,99. Así, asumimos que el precio ronda los \$10,00, en vez de los \$20,00.

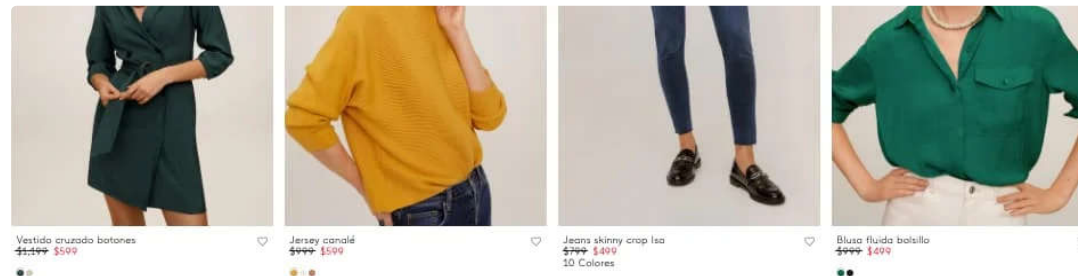
Características de estrategia de precios psicológicos

Se enfoca en las emociones del consumidor.

La influencia social es clave a la hora de responder a los precios psicológicos.

Ejemplo de estrategia de precios psicológicos

Mira cómo los precios de esta tienda de ropa en línea siempre se mantienen en las cifras 99. De esta manera, la percepción del público es más favorable, en tanto que el redondeo equivaldría, por ejemplo, a \$600 y eso luce «más caro» que \$599.



MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



5. Estrategia de precios de coste incrementado

Esta estrategia se enfoca únicamente en el costo de producción de tu producto o servicio. También se le conoce como *mark up*, ya que los negocios que lo utilizan marcan sus productos basándose en cuánto desean obtener de ganancia.

Para aplicar una estrategia de coste incrementado, añade un porcentaje fijo al coste de producción de tu producto.

El coste incrementado se utiliza típicamente por comerciantes que ofrecen productos físicos. Esta estrategia no es la ideal para empresas basadas en servicios o en SaaS, pues sus productos ofrecen un valor mucho más grande de lo que cuesta hacerlos.

Características de estrategia de precios de coste incrementado

La evaluación de los precios se basan en el coste de producción.

Esta estrategia se aplica sobre todo cuando el objeto a la venta son

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Esta estrategia la utilizan tiendas que venden fruta. En el ejemplo siguiente podemos suponer que la tienda compra directamente a diferentes productores y ofrece dos tipos de manzanas; cada kilo de manzana roja cuesta \$20, y buscan obtener una ganancia de \$19 por cada kilo, lo que equivaldría a una ganancia casi del 100 %



Manzana gala por kilo

UPC: 00000000004132

\$39.90 /kg

[Agregar](#)[Guardar en lista](#)

6. Estrategia de precios dinámicos

El precio dinámico también se conoce como precio de aumento, precio por demanda o precio basado en el tiempo. Es una estrategia flexible, en la que los precios fluctúan según el mercado y la demanda de los consumidores. Las empresas utilizan precios dinámicos al implementar algoritmos que consideran el precio de los competidores, la demanda y otros factores. Esta es una

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

Características de estrategia de precios dinámicos

Se toma en cuenta el precio de la competencia y la demanda de los consumidores.

Se utiliza para aplicar descuentos con la intención de generar más ingresos.

Ejemplo de estrategia de precios dinámicos

Las aerolíneas son un gran ejemplo, pues establecen las tarifas de sus vuelos dependiendo de la época del año, el clima que existe en el destino elegido para la fecha deseada e incluso el día de la semana en el que la gente desea viajar. Además, consideran si hay algún evento importante que convierta más deseable el viaje (como un campeonato de fútbol o la oportunidad de presenciar un espectáculo natural estacional, como auroras boreales o similares).

Elige tu vuelo de salida de
Ciudad de México a Fresno

[Modifica tu vuelo](#) [Calendario de precios](#)

<	Viernes 17 jul, 2020 \$5,555 MXN	Sábado 18 jul, 2020 \$4,871 MXN	Domingo 19 jul, 2020 \$5,213 MXN	Lunes 20 jul, 2020 \$5,213 MXN	Martes 21 jul, 2020 \$4,643 MXN	Miércoles 22 jul, 2020 \$4,643 MXN	Jueves 23 jul, 2020 \$4,415 MXN	>
---	---	--	---	---	--	---	--	---

(Imagen de h4 Ejemplo de estrategia de precios dinámicos)

7. Estrategia de precio freemium

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

ofrecen una versión básica de su producto con la intención de que los usuarios, con el tiempo, paguen para mejorarlo o tener acceso a más funciones. Esta estrategia suele funcionar bien para empresas de software y SaaS.

Con freemium, los precios de una empresa deben ser una función del valor percibido de sus productos. Por ejemplo, si primero ofreces una versión gratuita de tu software, no puedes pedirles después a los usuarios que inviertan 100 USD por la versión pagada. Los precios deben ser una barrera baja para ingresar y crecer de manera exponencial, mientras se ofrecen más funciones y beneficios a los clientes.

Características de estrategia de precio freemium

Se utiliza para proporcionar una experiencia gratuita y de calidad al usuario.

Ayuda a la difusión de productos o servicios para que más personas conozcan la marca.

Ejemplo de estrategia de precios freemium

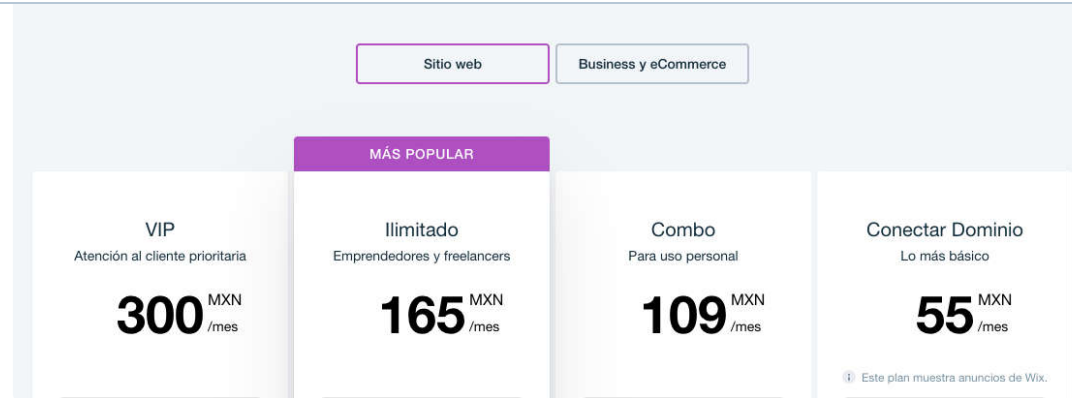
El proveedor para creación de páginas Wix es un buen ejemplo: te da la posibilidad de utilizar cientos de sus plantillas, diseños y gestión para tu página web sin costo alguno, pero también ofrece planes de pago, a un nivel premium, que te brinda más ventajas con diferentes niveles de mejora con base en las necesidades de tu sitio.

Planes Premium Wix

Wix es un proveedor de servicios de alojamiento web que ofrece una versión gratuita de su software de creación de sitios web. Los usuarios pueden elegir entre tres planes de pago: Premium, Business y Enterprise. Cada plan ofrece diferentes características y precios.

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

The screenshot shows the Wix pricing page with four plans. The 'Ilimitado' plan is highlighted as 'MÁS POPULAR'. Above the plans are two tabs: 'Sitio web' (selected) and 'Business y eCommerce'. The plans are:

Plan	Descripción	Precio (MXN/mes)
VIP	Atención al cliente prioritaria	300
Ilimitado	Emprendedores y freelancers	165
Combo	Para uso personal	109
Conectar Dominio	Lo más básico	55

A note at the bottom right states: 'Este plan muestra anuncios de Wix.'

8. Estrategia de precios Hi-Lo

Este método se aplica cuando una empresa ofrece un producto a un precio elevado, pero luego lo reduce cuando pierde relevancia o su factor de novedad. Descuentos, secciones de liquidación y ventas de fin de año son algunos ejemplos de acciones de precios Hi-Lo, por lo que también se le conoce como precios de descuento a esta estrategia.

Características de estrategia de precios Hi-Lo

Esta estrategia confía plenamente en el uso de variaciones de precio y descuentos de precio promocionales.

Lo utilizan distribuidores minoristas para adquirir en el mercado un determinado posicionamiento en precios.

Ejemplo de estrategia de precios Hi-Lo

Gracias a las ventajas de la venta en línea, este tipo de estrategias pueden

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

generalmente para dar paso a las novedades que llegarán para la época navideña y el inicio del año nuevo que está por llegar.

PROMOCIONES BLACK FRIDAY 2020
¡NO TE LAS PUEDES PERDER!



Cyberfriday Nike
El Black Friday llegó a Nike y tiene increíbles descuentos. ¡Descúbrelos!



¡Black Friday Domestika 2020!
Encuentra cursos online para creativos ¡Todos a \$189 MXN! compra inteligente, compra en domestika



Cupon Linio
¡La Black Week de Linio llegó con hasta 80% + Cupones de regalo!



La Mejor Protección: Antivirus Kaspersky con 60%
Es momento de proteger a tu equipo con la mejor seguridad virtual contra virus y malwares, consigue un descuento único sólo durante Black Friday ¡Es ahora o nunca!



9. Estrategia de precios por hora

También conocidos como precio según tarifa, se utilizan comúnmente por consultores, trabajadores autónomos, contratistas y otros individuos que proveen servicios de negocio. Se trata, básicamente, de cambiar tiempo por dinero.

Características de estrategia de precios por hora

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

Ejemplo de estrategia de precios por hora

Existen diferentes formas de calcular este tipo de tarifas, y es usual que programadores de aplicaciones, diseñadores gráficos o editores de video ofrezcan sus servicios bajo este modelo. Una herramienta que puede ayudar a definir el precio es un tabulador como el que te mostramos a continuación.

Calculadora Freela

Una herramienta simple para que sepas cuanto cobrar como freelancer.

HECHO POR FREELANCERS EN WORKANA

01. Ingreso mensual ajustado

Moneda

Pesos Chilenos

Ingreso neto mensual pretendido ⓘ
(Coloca el ingreso que deseas ganar al mes)

CLP

Primera parte En esta primera parte necesitamos conocer qué ingresos pretendes obtener así como también la estructura de costos que tienes para poder ayudarte a calcular luego tu valor hora.

10. Estrategia de descremado de precios

Una estrategia de **descremado de precios** es cuando las empresas cobran el precio más alto posible por un producto nuevo, y luego lo reducen conforme pasa el tiempo, a medida que pierde popularidad. Se diferencia de la estrategia Hi-Lo porque los precios disminuyen de manera gradual.

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Empresas de productos tecnológicos, como reproductores de DVD, consolas de videojuegos y smartphones, utilizan continuamente esta estrategia. Esto se debe a que los productos pierden relevancia con el tiempo. Aunque es una estrategia que ayuda a que se recuperen los costos hundidos y a que se vendan artículos más allá de su época de novedad, la estrategia molesta a los consumidores que los adquirieron sin descuento. Como consecuencia puede causar que los competidores que identifican el margen «falso» de precios oferten sus artículos a un precio mucho más razonable desde el inicio de su campaña, con lo cual quizá varios de tus clientes terminen eligiendo la opción de competencia y no la tuya.

Características de estrategia de descremado de precios

Se basa en fijar precios altos a los productos que son nuevos.

La utilizan marcas que renuevan sus productos cada cierta temporada.

Ejemplo de estrategia de descremado de precios

Mientras continúen apareciendo nuevos modelos, el precio de un electrodoméstico disminuirá para que se compre rápidamente y deje espacio a las novedades. Y eso lo puedes notar al revisar los descuentos que muchos distribuidores aplican.

LG - Pantalla 60" - UHD TV AI ThinQ 4K - Smart TV - 60UM7200PUA - Negro

Modelo: 60UM7200PUA SKU: 1000224795 ★★★★★ 5.0 (1)

[Agregar al Carrito](#)

PRECIO DE CONTADO:
(Contado, Débito, Revolvante)

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Recibe \$1,300 en cupones pagando a través de la plataforma PayPal.
Ver promoción financiera

¿Cómo obtengo mis cupones?

Envío GRATIS
En compras mayores a \$700

Entrega segura en tu hogar
[Ver más](#)

Recoge en tu auto
Solo en tiendas participantes. [Conoce más aquí](#)

Protege tu compra con:
Nuestros planes de protección
[Detalles de los planes](#)

Plan de Servicio de Producto ⓘ

11. Estrategia de precios de penetración

A diferencia de la estrategia de descremado, la **estrategia de precios de penetración** es cuando las empresas incursionan en un mercado a un precio muy bajo, por lo que acaparan la atención (y las ganancias) de manera efectiva frente a sus competidores más caros. No es sustentable a largo plazo, pero se implementa en lapsos breves.

Este método funciona para negocios nuevos que buscan clientes o para negocios que están por ingresar en un mercado ya existente y competitivo. Se trata de ser disruptivos y obtener una pérdida temporal, con la esperanza de que los clientes iniciales se queden contigo cuando empieces a subir los precios.

Características de estrategia de precios de penetración

Se basa en fijar precios bajos a los nuevos productos para lograr una

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

relativamente nueva.

Ejemplo de estrategia de precios de penetración

Ciertos supermercados aplican esta estrategia al ofrecer productos a un precio bastante inferior (si se comparan con la competencia), pero al mismo tiempo presentan otros más caros, pues esperan que los clientes compensen con el primero el gasto del segundo; así lo hace Walmart cada vez que abre una nueva sucursal.



12. Estrategia de precios premium

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Los precios **premium** para que sean percibidos como de alto valor, de lujo o premium.

Se enfoca más en el valor percibido de un producto, en lugar de lo que realmente cuesta hacerlo.

Las estrategias de **precio premium** apelan directamente a la conciencia y percepción de marca. Las empresas que la implementan son conocidas por dar valor a través de sus productos, razón por la que sus productos cuestan más que los de otros competidores. Moda y tecnología eligen sus precios con estos métodos para que sean identificados como exclusivos, lujosos y escasos.

Características de precios premium

Se utiliza para mejorar la identidad de marca de un mercado en particular.

No se emplea cuando existe una competencia directa para un producto.

Ejemplo de estrategia de precios premium

La marca Supreme aprovecha muy bien esta estrategia. Comenzó como una marca para aficionados a la cultura del *skateboarding* en Nueva York pero, a pesar de que mantiene ese estilo que se relaciona con lo urbano y la vida callejera, sus precios la mantienen muy alejada del bolsillo de quienes practican este deporte en los parques públicos. Tiene tanto prestigio que hay quien se conforma con una falsificación con tal de llevar su logo en una de sus prendas.



MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

13. Estrategia de precios según proyecto

Esta estrategia de precio es el contrario de la basada en horas: cobra una tarifa establecida por proyecto, en lugar de hacer un intercambio directo de dinero por tiempo. También se utiliza por consultores, autónomos, contratistas y otros que proveen servicios de negocio.

Características de estrategia de precios según proyecto

Se establece un precio establecido por proyecto y no por tiempo.

La utilizan freelancers, consultores, contratistas, etc.

Ejemplo de estrategia de precios según proyecto

Se puede estimar basándote en el valor del proyecto; quienes la eligen también deben crear una tarifa que tenga en cuenta el tiempo que durará el proyecto.

Para esta estrategia, como para todas las demás que te hemos presentado, puedes utilizar un **software CPQ** que te muestre una primera o segunda

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Imagen de [Pexels](#)

14. Estrategia de precios según valor percibido

Una estrategia de precios según valor percibido es la que las empresas usan al basar sus precios en lo que los clientes están dispuestos a pagar. Incluso si pueden cobrar más por el producto, toman la decisión gracias al interés de los consumidores y otros datos.

Si lo aplicas bien, el precio según valor percibido puede disparar el sentimiento de tus clientes y su lealtad. Para lograrlo, debes investigar y estar al tanto de

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Características de estrategia de precios según valor percibido

Fija los precios conforme al valor que los clientes les dan a los productos o servicios.

El valor percibido no siempre representa el costo real de un determinado producto o servicio.

Ejemplo de estrategia de precios según valor percibido

Piensa en una agencia de marketing que se dedica únicamente a realizar estrategias de comunicación o creatividad para campañas publicitarias. Es tan buena en su trabajo y cuenta con colaboradores tan talentosos, que las marcas la contratan, aunque tengan que buscar en otro sitio un equipo de producción para realizar los videos o a otros diseñadores para terminar el concepto gráfico del sitio web.

Los conceptos de la agencia de marketing son tan efectivos y memorables con los clientes que a las marcas no les importa invertir en ella, aunque tengan que pagar a terceros para todos los entregables. Esta agencia puede utilizar la estrategia de precios según el valor percibido para definir sus tarifas, sin que esto implique un riesgo para sus ganancias.



MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Imagen de Pexels

15. Estrategia de precio por paquete

Esta estrategia consiste en ofrecer juntos dos o más productos complementarios o servicios por un solo precio. Puedes venderlos únicamente como un paquete o también dar la posibilidad de adquirirlos de manera individual.

Implementar esta estrategia ayuda a agregar valor a tus ofertas, sobre todo a aquellos clientes que están dispuestos a pagar algo extra por dos (o más) productos. Además, así logras que la gente conozca otros elementos de tu catálogo en menos tiempo.

Características de estrategia de precio por paquete

Ofrece dos o más productos por un solo precio.

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

Seguro se te ocurrió una cadena de comida rápida: ni siquiera tienes que pensar mucho, porque el menú está armado por paquetes que incluyen el platillo estrella, una bebida y un complemento. Puedes agregar postre o una sorpresa de temporada, aunque también te dan la opción de comprar solamente una orden de papas fritas.



16. Estrategias geográficas de precios

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Estrategias geográficas:

Puede suceder cuando un cliente de otro país realiza una compra o existen factores de disparidad, como la economía o los sueldos (desde la localidad en la que vendes un bien hasta el lugar al que pertenece tu cliente).

Características de estrategias geográficas de precios

El transporte es un factor clave para fijar los precios.

Los precios y servicios tienen un precio diferente según la ubicación geográfica del comprador.

Ejemplo de estrategias geográficas de precios

A diferencia de cadenas transnacionales, como Starbucks o McDonald's que en cualquier parte del mundo ofrecen sus productos al mismo precio (según la inflación de cada sitio, claro está: el primero es siempre caro, el segundo es la opción económica de muchos), algunos productos suben o bajan, según dónde los compras. Sucede con las bebidas, que no te cuestan igual si las adquieres en un comercio pequeño a la vuelta de tu casa o en un restaurante de cortes en la zona más elegante de la ciudad. Una soda podrá costarte hasta tres veces más porque un mesero te la llevó dentro de un restaurante con prestigio.



MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



[MARKETING](#)[VENTAS](#)[GESTIÓN DE
CLIENTES](#)[SITIO
WEB](#)[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

determinar el precio de tus productos y servicio con base en una serie de factores. Es importante que analices detalladamente cuál, o cuáles, puedes seguir y aplicar.

Establecer el precio adecuado significa que podrás lograr grandes cosas para tu empresa en función de la venta de tus productos y servicios. Estas 16 estrategias serán ideales, también, para encontrar la mejor manera de atraer compradores y fomentar tu participación dentro de un mercado sostenible.



MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

1

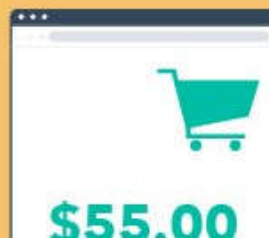
Estrategia de precios en relación con la competencia



2

Estrategia de discriminación de precios

Aplicar distintos precios para un solo producto, dependiendo de



La Tiendita

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

3

Estrategia diferencial

Tiene como principio ajustar los precios en función de las características de los usuarios.



4

Estrategia de precios

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Se enfoca en las
emociones del
consumidor.



Estrategia de precio de coste incrementado

Se enfoca en el costo de producción.

Para aplicar esta
estrategia añade
un porcentaje fijo
al coste de
producción.



MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Estrategia de precio dinámico

Es una estrategia flexible. Los precios fluctúan según el mercado y la demanda de los consumidores.

¿A dónde quieres viajar?				
Buenos Aires, Argentina				
Lunes Sep 27, 2021	Martes Sep 28, 2021	Miercoles Sep 29, 2021	Jueves Sep 30, 2021	Viernes Oct 01, 2021
\$280	\$280	\$360	\$190	\$475



Estrategia de precio freemium

Las empresas ofrecen una versión básica con la intención de que los usuarios, con el tiempo, paguen para tener acceso a más funciones.

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Básico Free
1 usuario
Sign up

Profesional \$100
3 usuario
Sign up

Avanzado \$375
10 usuario
Sign up

Empresas \$1,000
50 usuario
Sign up

8 Estrategia de precios Hi-Lo

Esta estrategia confía plenamente en el uso de variaciones de precio y descuentos de precio promocionales.

Fin de temporada

- 50%
- 25%
- 10%

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Consiste en fijar un
precio por el tiempo de
servicio que se ofrece



**Estrategia de descremado de
precios**



Se basa en fijar
precios altos a los
productos que son
nuevos.

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

11

Estrategia de precios de penetración

Se basa en fijar precios bajos a los nuevos productos para lograr una penetración masiva en el mercado.



12

Estrategia de precios premium

MARKETING VENTAS GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración



Se utiliza para mejorar la identidad de marca de un mercado en particular. Se enfoca más en el valor percibido de un producto, que en lo que cuesta hacerlo.



Estrategia de precios según proyecto



Se establece un precio establecido por proyecto y no por tiempo.

14

Estrategia de precios según valor percibido

Fija los precios conforme al valor que los clientes les dan a los productos o servicios.

AGENCIA IDO	
Cliente A	\$2,800
Cliente B	\$4,750
Cliente C	\$1,250
Cliente D	\$8,000

15

Estrategia de precio por paquete

MENU 1

\$10



MENU 2

\$10



MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB[Comienza gratis o solicita una demostración](#)

Ofrece dos o más productos
por un solo precio.

**16**

Estrategia geográfica de precios

Los precios y servicios tienen un precio diferente según la ubicación geográfica del comprador.

**HubSpot**

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTESSITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

Gracias a alguna de estas estrategias tendrás las herramientas necesarias para definir el precio máximo al público para ajustarlo con base en tus necesidades. Utilizar una estrategia de precios también te evitará pérdidas al determinar un precio tope mínimo.

Por último, recuerda que lo más recomendable es que valores tus estrategias en función del mercado para que preveas todos los aspectos relevantes de cada periodo.

Artículos relacionados

Funciones populares

Qué es HubSpot

App gratuita para

programar reuniones

Herramientas de redes
socialesSoftware de seguimiento de
emailsAutomatización para emails
de ventas

Software de anuncios

Software de email



marketing

Descarga aquí >>>

Software para gestión de
leadsHerramientas de gestión del
pipelineCreador de páginas web
Topics: Estrategias de precios
gratuitoPlantillas de emails de
ventasSoftware de asistencia
técnica

• PLANTILLA GRATIS •

Calculadora gratuita de precios de ventas

Herramientas gratuitas

Empresa

Website Grader

Sobre nosotros

Generador de buyer

Trabaja con

personas

nosotros EN

Generador de firmas de
emailEquipo directivo
Junta directivaGenerador de ideas para el
blogInversores EN
BlogPlantillas empresariales
gratis

Contacto

Recursos para prensa

Últimas noticias EN

Comparación de software

Clientes

Atención al cliente

Únete a un grupo local
de usuarios EN

Partners

Todos los programas para
partners

Solutions Partner Program

App Partner Program

HubSpot para Startups

Únete a la conversación, te invitamos a compartir

MARKETING

VENTAS

GESTIÓN DE
CLIENTES

SITIO
WEB

Comienza gratis o solicita una demostración

Generador de chatbots
gratis

Analíticas de marketing
Creador de landing page



[Aspectos legales](#)

[Política de privacidad](#)

[Seguridad](#)

[Accesibilidad en sitios web](#)

[Administrar las cookies](#)

Copyright © 2023 HubSpot, Inc.