Redactado - hueco de contenido, sin fuente de examen real

FICHA B4-P09

Precio de penetracion vs precio de descremado

BLOQUE / UNIDAD	TIPO	DIFICULTAD	PUNTOS	TIEMPO MAX.
B.4.5 Las 7 P	**Secundaria**	**o (2 / 3)	**10 pts . a)4 + b)6**	**14 min**

VERBO(S) DE INSTRUCCION	HERRAMIENTA / TEORIA CLAVE
Distinga (a) . Recomiende (b)	Estrategias de fijacion de precios (penetracion vs descremado)

MATERIAL NECESARIO

Toolkit / cuadernillo: no es imprescindible.

PRERREQUISITOS

- Precio de penetracion: precio inicial BAJO para entrar rapido en el mercado y ganar cuota, subiendo el precio despues
- Precio de descremado (price skimming): precio inicial ALTO para maximizar el beneficio de los primeros compradores, bajandolo despues
- La eleccion depende del tipo de producto, la competencia, y cuanto valor unico percibe el cliente

TIEMPO DE REFERENCIA

Media de la clase ~ 9 min. Es una referencia para situarte, no un cronometro.

ENUNCIADO

Una empresa tecnologica lanza dos productos nuevos: un auricular inalambrico innovador con tecnologia patentada que ningun competidor tiene todavia, y una funda de movil generica que compite con decenas de marcas similares ya en el mercado.

a) Distinga entre precio de penetracion y precio de descremado. [4]

b) Recomiende, con una justificacion, que estrategia de precios deberia usar la empresa para CADA uno de los dos productos. [6]

FICHA B4-P09

Precio de penetracion vs precio de descremado

PISTAS PROGRESIVAS (DE ESTRUCTURA, NO DE CALCULO)

1	General - la (a) es conceptual; la (b) exige aplicar una recomendacion DISTINTA a cada producto.
2	Apartado a) - precio de PENETRACION: bajo al principio, para ganar cuota rapido. Precio de DESCREMADO: alto al principio, para maximizar beneficio de los primeros compradores.
3	Apartado b), el auricular innovador - al tener tecnologia patentada sin competencia directa, un precio de DESCREMADO tiene sentido: los early adopters pagaran mas por la novedad.
4	Apartado b), la funda generica - al competir con decenas de marcas, un precio de PENETRACION tiene mas sentido: ayuda a ganar cuota rapidamente en un mercado saturado y sensible al precio.
5	Apartado b), matiz - el auricular podria bajar su precio (descremado) cuando aparezcan competidores; la funda podria subir ligeramente el precio una vez ganada cierta base de clientes fieles.
6	Antes de entregar - revisa que la recomendacion para cada producto este justificada con las caracteristicas especificas de CADA UNO.

TEORIA BASICA

- Precio de penetracion: precio bajo inicial para ganar cuota rapido; adecuado en mercados competitivos y sensibles al precio.
- Precio de descremado: precio alto inicial para maximizar beneficio de early adopters; adecuado para productos innovadores sin competencia directa.
- La eleccion depende de la exclusividad del producto, el nivel de competencia, y la sensibilidad al precio del mercado objetivo.

REFUERZO

LIBRO Gestion Empresarial BI v1 - Bloque 4, las 7 P del marketing (precio).

COMO SE PUNTUA (BANDAS OFICIALES NS, RESUMIDAS)

Bajo (1-4): estrategias confundidas; recomendacion sin justificar.

Medio (5-7): distincion correcta; recomendacion correcta para un solo producto.

Alto (8-10): distincion clara; recomendacion correcta y bien justificada para ambos productos.

RESPUESTA MODELO

a) Precio de penetracion: precio inicial bajo para entrar rapido en el mercado y ganar cuota, subiendolo despues. Precio de descremado: precio inicial alto para maximizar el beneficio de los primeros compradores, bajandolo con el tiempo.

b) Para el auricular innovador, se recomienda precio de DESCREMADO: al no haber competencia directa, los early adopters pagaran mas por la novedad. Para la funda generica, se recomienda precio de PENETRACION: un precio bajo ayuda a ganar cuota rapidamente en un mercado saturado y sensible al precio.

RESUMEN - CON TUS PROPIAS PALABRAS

¿Que diferencia hay entre precio de penetracion y de descremado?

¿Que factores determinan cual estrategia usar?

¿Que se me olvido incluir la primera vez?

REGISTRO DE INTENTOS

Fecha	H. inicio	H. fin	Verbo OK	Evidencia caso OK	Banda autoeval.	Repetir

ESPACIO DE TRABAJO ADICIONAL