	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. IDENTIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO: Taller fijación de Precio de venta

Programa de Formación: COSTOS Y PRECIOS DE UN PRODUCTO

Código: 62330005 No. De Ficha:

Competencia: 260101001 Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.

Resultados de aprendizaje:

- ✓ Fijar el precio del producto, de acuerdo con sus costos de producción, precio de la competencia, y juego de la oferta y la demanda del producto en el mercado.
- ✓ Revisar que el precio del producto esté de acuerdo con las erogaciones del mercado.

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Jaime Andrés Herrera Garzón Nis Sofia:

2. INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

Estime el precio más conveniente para su producto o servicio respondiendo al peso porcentual de los factores de: Competencia, costo y percepción del cliente.

Recomendaciones:

1. Halle el costo de producción
2. Realice un sondeo de la oferta y la demanda de su producto o servicio
3. Estime la carga porcentual de cada factor recordando que la suma de los tres factores debe ser igual al 100%

EJEMPLO: Don Arsecio ha decidido realizar pantalones de muy buena calidad, con materiales 100% nacionales.

1. Una vez realizada la investigación de mercado pudo determinar que el precio promedio de la competencia es de $70.000 pesos.

2. Según su experiencia ha calculado que el costo unitario es de $45.000 y espera tener un margen de contribución del 40% vendiéndolos por docenas.

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

45.000 / 1 - 0,40 = P:V.

45,000/0,6 = $75.000

3. Al realizar el sondeo con el segmento objetivo pudo establecer que el cliente estaría dispuesto a pagar $65.000 pesos en promedio por la prenda.

   - Al ser un mercado competido el decide dar un peso del 50% a la variable de competencia.
   - Su costo es muy relevante a la hora de establecer la utilidad y sostenimiento de la empresa así es que fija un 35% como peso de esta variable
   - El restante 15% se lo asigna a la percepción del precio por parte del cliente

3. **CUERPO DEL INSTRUMENTO:**

- ✓ Calcule el costo unitario de su producto y un precio de acuerdo a la utilidad esperada.
- ✓ Haga un sondeo del precio promedio de su competencia
- ✓ De acuerdo a su investigación de mercado determine el precio que su clientela está dispuesta a pagar por el producto.
- ✓ Estime la carga porcentual de los anteriores factores.

4. RESULTADOS: Aprobado ☐ Deficiente ☐

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia – Quindío marzo de 2020

_____
Firma del Aprendiz

Jaime Andrés Herrera Garzón
Firma Instructor