PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: COSTOS Y PRECIOS DE UN PRODUCTO
- Código del Programa de Formación: 62330005
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): NA
- Fase del Proyecto (si aplica): NA
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): NA
- Competencia: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- Resultados de Aprendizaje:
  - mercadear el producto en el mercado, satisfaciendo las necesidades del cliente y el beneficio económico de la empresa.
  - desarrollar acciones de mejoramiento con base en los resultados de la evaluación y políticas de la empresa.
  - establecer el producto a desarrollar, teniendo en cuenta las necesidades de la población
  - revisar que el precio del producto esté de acuerdo con las erogaciones del mercado.
  - 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.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 50 HORAS

2. PRESENTACIÓN

Este curso de 50 horas tiene como objetivo brindar a los participantes las herramientas necesarias para comprender los conceptos básicos de costeo y fijación de precios de productos. A través de una metodología práctica y participativa, se busca motivar a los asistentes hacia la

actividad de aprendizaje, considerando las fortalezas que aportará en el desarrollo de sus habilidades y destrezas. El programa guiará y organizará el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz, promoviendo el trabajo autónomo, sistemático y organizado. Se relacionarán los conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos, fomentando el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo.

Dado que el precio es un factor clave en la economía moderna, para las empresas y los consumidores, es de vital importancia comprender cómo determinar correctamente los precios de los productos. Este curso abordará los parámetros a utilizar para fijar precios adecuados, evitando así cometer errores al entrar al mercado con productos de alto o bajo costo. Al finalizar el programa, los participantes estarán capacitados para tomar decisiones informadas sobre la fijación de precios de sus productos, lo que les permitirá mejorar su posición competitiva y aumentar su participación en el mercado.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

1. Lluvia de Ideas sobre Precios

Descripción	**Compartir ideas sobre qué es un precio y su importancia en el mercado.** Los aprendices recibirán un postick donde podrán escribir su idea o aproximación sobre el concepto de precio y su importancia, posteriormente, pegaran este postick con sus respuestas en el tablero. Finalmente se socializarán las ideas y se iniciará con el desarrollo de la clase
Ambiente Requerido	Aula con tablero
Estrategias	Lluvia de ideas
Materiales de Formación	Tablero, marcadores y posticks
Material de Apoyo	Documentos sobre conceptos básicos de precios
Evidencias de Aprendizaje	Lista de ideas generadas
Instrumentos de Evaluación	Observación y participación (Prueba de Habilidad)
Duración (horas)	1

2. Análisis de Casos Reales

Descripción	**Presentación de casos de empresas con fijación de precios exitosa y fallida.** Los aprendices se organizarán en grupos de trabajo, a cada grupo se le asignarán dos empresas a las cuales deben hacer su debida investigación de fijación de precios, se deberá analizar cada caso y finalmente, deberán socializar el trabajo realizado a sus compañeros y a su instructora.
Ambiente Requerido	Aula con proyector
Estrategias	Discusión en grupos
Materiales de Formación	Presentacion en PowerPoint
Material de Apoyo	Artículos de prensa sobre casos de estudio
Evidencias de Aprendizaje	Exposición grupal
Instrumentos de Evaluación	Socialización de temática (Prueba de habilidad)
Duración (horas)	2

3. Reflexión Personal sobre Experiencias

Descripción	**Socialización de experiencias con precios en productos comprados.** Cada aprendiz dará respuesta a una preguntas proporcionadas por la instructora en las cuales dará a conocer su experiencia personal con precios de productos comprados, finalmente, cada aprendíz socializará sus experiencias dando respuesta a los interrogantes propuestos.
Ambiente Requerido	Aula de clase
Estrategias	Escritura reflexiva
Materiales de Formación	Hojas y bolígrafos
Material de Apoyo	Guía de preguntas para la reflexión
Evidencias de Aprendizaje	Socialización de experiencia personal sobre precios
Instrumentos de Evaluación	Lista de chequeo
Duración (horas)	1

4. Juego de Roles: Comprador y Vendedor

Descripción	**Simulación de negociación de precios entre compradores y vendedores.** Los aprendices se organizarán en dos grandes grupos, uno de compradores y otro de vendedores, la instructora asiganará a cada vendedor su producto y sus fichas para asignar el precios, una vez determinados estos precios, los compradores deberán acercarse a los vendedores a comprar estos productos, sin embargo, dichos compradores deberán realizar la negociación de los precios hasta tratar de llegar al precio de compra justo. En esta

	actividad se sondeará sobre los conocimientos previos de tipos de precios.
Ambiente Requerido	Aula con espacio suficiente
Estrategias	Juego de roles
Materiales de Formación	Fichas de productos y precios
Material de Apoyo	Guía de negociación
Evidencias de Aprendizaje	Observación de interacciones
Instrumentos de Evaluación	Lista de chequeo
Duración (horas)	2

5. Debate sobre Estrategias de Precios

Descripción	**Debate sobre ventajas y desventajas de estrategias de fijación de precios.** Los aprendices se dividirán en dos grupos y recibirán un documento con información sobre diferentes estrategias de fijación de precios. Tras 15-20 minutos de lectura y discusión interna, cada grupo preparará sus argumentos sobre las ventajas y desventajas de su estrategia asignada. La instructora actuará como moderadora, dando inicio al debate donde cada grupo presentará sus puntos de vista y responderá preguntas. Al finalizar, la instructora resumirá los aspectos clave y reforzará el aprendizaje sobre la temática.
Ambiente Requerido	Aula con sillas dispuestas en círculo
Estrategias	Debate estructurado
Materiales de Formación	Documentos sobre estrategias de precios
Material de Apoyo	Artículos académicos
Evidencias de Aprendizaje	Registro de argumentos presentados
Instrumentos de Evaluación	Lista de chequeo
Duración (horas)	2

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

6. Mapa Conceptual de Precios

Descripción	**Creación de un mapa conceptual sobre tipos de precios y sus características.** Los aprendices se organizarán en grupos pequeños y recibirán un pliego de papel grande y marcadores. Cada grupo deberá investigar y discutir los diferentes tipos de precios y sus características, seleccionando los más relevantes. A continuación, crearán un mapa conceptual que represente visualmente la información, conectando los tipos de precios con sus respectivas características. La actividad fomentará la colaboración y el pensamiento

	crítico, y al final, cada grupo presentará su mapa conceptual al resto de la clase, promoviendo un intercambio de ideas y aprendizajes.
Ambiente Requerido	Aula con materiales de dibujo
Estrategias	Trabajo en grupo
Materiales de Formación	Pliego de papel periódico, marcadores
Material de Apoyo	Ejemplos de mapas conceptuales
Evidencias de Aprendizaje	Mapa conceptual final
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio Práctico
Duración (horas)	2

7. Investigación sobre Factores que Afectan Precios

Descripción	**Investigación sobre factores que afectan la fijación de precios.** Los aprendices se organizarán en grupos pequeños y utilizarán sus teléfonos móviles para investigar los factores que influyen en la fijación de precios, accediendo a fuentes en línea y bibliografía. Durante 2 horas, cada grupo discutirá y analizará la información recopilada. Al finalizar, presentarán sus hallazgos a la clase, promoviendo la socialización del conocimiento. Para evaluar la comprensión individual, se aplicará un cuestionario al término de la actividad.
Ambiente Requerido	Aula con internet
Estrategias	Investigación colaborativa
Materiales de Formación	Computadoras o tabletas
Material de Apoyo	Fuentes en línea y bibliografía
Evidencias de Aprendizaje	Socialización de investigación
Instrumentos de Evaluación	cuestionario
Duración (horas)	2

8. Presentación de Conocimientos Previos

Descripción	**Presentación individual sobre conocimientos previos relacionados con costos y gastos** Cada aprendiz preparará una presentación individual en la que expondrá sus conocimientos previos sobre costos y gastos. La actividad comenzará con una breve revisión de los conceptos clave, seguida de un tiempo para que los estudiantes organicen sus ideas y preparen sus presentaciones. Cada aprendiz tendrá un tiempo limitado para exponer, fomentando la claridad y la concisión. Al finalizar, se abrirá un espacio para preguntas y retroalimentación, promoviendo el intercambio de ideas y el aprendizaje colaborativo.
Ambiente Requerido	Aula con proyector

Estrategias	Presentaciones orales
Materiales de Formación	Presentaciones en PowerPoint
Material de Apoyo	Guía de presentación
Evidencias de Aprendizaje	Socialización Individual
Instrumentos de Evaluación	Prueba de habilidad
Duración (horas)	3

9. Discusión sobre Estructura de Costos

Descripción	**Discusión sobre la estructura de costos de diferentes productos y servicios** Los aprendices se dividirán en grupos y recibirán información sobre la estructura de costos de diversos productos y servicios. Tras un tiempo de lectura y análisis, cada grupo seleccionará un producto o servicio y preparará una presentación que explique su estructura de costos. Durante la presentación, los demás grupos podrán hacer preguntas y aportar ideas. La instructora moderará la discusión, fomentando la participación activa y el intercambio de conocimientos. Al finalizar, se realizará una síntesis de los conceptos clave, destacando las similitudes y diferencias en la estructura de costos de los ejemplos analizados.
Ambiente Requerido	Aula de clase con proyector
Estrategias	Discusión en clase
Materiales de Formación	Presentación Powerpoint
Material de Apoyo	Artículos sobre estructura de costos
Evidencias de Aprendizaje	Opiniones y argumentos
Instrumentos de Evaluación	Participación en la discusión
Duración (horas)	1

10. Análisis de Competencia

Descripción	**Análisis de precios de productos competidores en el mercado.** Los aprendices se organizarán en grupos para realizar un análisis de precios de productos competidores en el mercado. Cada grupo identificará a sus competidores relevantes y recopilará información sobre los precios de productos similares. Utilizando computadoras con acceso a internet, examinarán las estrategias de precios de la competencia y discutirán las diferencias significativas en relación con su propio producto. Al final de la actividad, cada grupo presentará sus hallazgos y reflexionará sobre cómo estos datos pueden influir

	en su propia estrategia de precios. La actividad fomentará el aprendizaje colaborativo y el pensamiento crítico.
Ambiente Requerido	Aula con internet
Estrategias	Trabajo en grupos
Materiales de Formación	Hojas para análisis
Material de Apoyo	Presentación Powerpoint
Evidencias de Aprendizaje	Conclusiones de análisis
Instrumentos de Evaluación	Socialización grupal (lista de chequeo)
Duración (horas)	2

3.3 Actividades de apropiación:

11. Estudio de Casos costeo de productos

Descripción	**Análisis de casos específicos de costeo de productos en empresas reales.** Los aprendices se organizarán en grupos y recibirán una guía con casos de estudio sobre el costeo de productos en una empresa real. Cada grupo analizará la información sobre los procesos productivos y los tipos de costos involucrados. Tras la discusión, prepararán una presentación que explique el caso, solucione los interrogantes sobre tipos de costos. Durante las presentaciones, se fomentará el intercambio de preguntas y comentarios entre grupos. La instructora moderará la actividad, resaltando conceptos clave y proporcionando retroalimentación. Al finalizar, los aprendices habrán profundizado en la aplicación de principios de costeo en situaciones reales.
Ambiente Requerido	Aula de estudio
Estrategias	Estudios de casos
Materiales de Formación	Documentos de casos
Material de Apoyo	Presentación Powerpoint
Evidencias de Aprendizaje	Solución a casos de estudio
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	3

12. Taller de Cálculo de Costos

Descripción	**Taller práctico para calcular los costos de un producto.** Los aprendices participarán en un taller práctico donde calcularán los costos de un producto mediante ejercicios de cálculo. En grupos, recibirán información sobre materiales, mano de obra y gastos indirectos relacionados con un producto específico. Utilizando estos datos, deberán determinar el costo unitario. La instructora guiará el proceso, aclarando dudas y proporcionando retroalimentación. Al finalizar, cada grupo presentará sus resultados y metodología, consolidando así su aprendizaje sobre el cálculo de costos.
Ambiente Requerido	Aula de clase
Estrategias	Taller práctico grupal
Materiales de Formación	Hojas de trabajo
Material de Apoyo	Presentación Powerpoint
Evidencias de Aprendizaje	Resultados de cálculos
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	2

13. Taller de Estrategias de Precios

Descripción	**Taller práctico para desarrollar estrategias de precios para un producto ficticio.** Los aprendices participarán en un taller práctico donde desarrollarán estrategias de precios para un producto ficticio. En grupos, recibirán una descripción del producto y su mercado objetivo. Deberán investigar diferentes enfoques de fijación de precios y crear una estrategia que considere factores como costos, competencia y percepción del cliente. La instructora facilitará la discusión y ofrecerá orientación durante el proceso. Al final, cada grupo presentará su estrategia de precios, justificando sus decisiones y promoviendo un intercambio de ideas sobre las mejores prácticas en la fijación de precios.
Ambiente Requerido	Aula con espacio para trabajo en grupo

Estrategias	Taller práctico
Materiales de Formación	Hojas de trabajo
Material de Apoyo	Ejemplos de estrategias de precios
Evidencias de Aprendizaje	Estrategia de precios desarrollada
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	2

14. Taller cálculo del Punto de Equilibrio

Descripción	**Taller práctico para calcular el punto de equilibrio de un producto.** Los aprendices participarán en un taller práctico donde calcularán el punto de equilibrio de un producto. En grupos, recibirán información sobre costos fijos, costos variables y precios de venta. Utilizando esta información, realizarán los cálculos necesarios para determinar el punto de equilibrio en unidades y en ingresos. La instructora guiará el proceso, aclarando dudas y proporcionando retroalimentación. Al finalizar, cada grupo presentará sus resultados y discutirá las implicaciones del punto de equilibrio en la toma de decisiones empresariales.
Ambiente Requerido	Aula con espacio para trabajar en grupo
Estrategias	Ejercicio práctico
Materiales de Formación	Hojas de cálculo
Material de Apoyo	Tutoriales sobre cálculo del punto de equilibrio
Evidencias de Aprendizaje	Cálculos realizados
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	2

15. Juego de roles sobre Estrategias de Precios

Descripción	**Simulación de escenarios de fijación de precios y su impacto en el mercado.** Los aprendices participarán en un juego de roles simulando escenarios de fijación de precios y su impacto en el mercado. Se dividirán en grupos representando empresas competidoras. Cada grupo recibirá información sobre costos, capacidad y

	objetivos. La instructora presentará varios escenarios de mercado. Los grupos tomarán decisiones sobre precios y estrategias, considerando el impacto en su participación y rentabilidad. Después de cada ronda, compartirán resultados. Se fomentará el análisis crítico sobre cómo las estrategias de precios influyen en la dinámica del mercado y la posición competitiva. La actividad permitirá aplicar conocimientos en un entorno simulado, desarrollando habilidades para tomar decisiones informadas sobre precios.
Ambiente Requerido	Aula con espacio suficiente
Estrategias	Juego de roles
Materiales de Formación	Fichas de escenarios
Material de Apoyo	Guía de roles
Evidencias de Aprendizaje	Reflexiones sobre la simulación
Instrumentos de Evaluación	Lista de chequeo
Duración (horas)	2

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

16. Plan de Fijación de Precios

Descripción	**Desarrollo de un plan de fijación de precios para un producto real o ficticio.** Los aprendices trabajarán en grupos para desarrollar un plan de fijación de precios para un producto real o ficticio. Cada grupo seleccionará un producto y analizará factores como costos, competencia, y demanda del mercado. Deberán definir la estrategia de precios más adecuada, considerando aspectos como la segmentación del mercado y la percepción del cliente. La instructora proporcionará orientación y retroalimentación durante el proceso. Al finalizar, cada grupo presentará su plan de fijación de precios, justificando sus decisiones y discutiendo las implicaciones para el éxito del producto en el mercado.
Ambiente Requerido	Aula de clase con proyector
Estrategias	Trabajo en grupo
Materiales de Formación	Hojas de trabajo, bolígrafos
Material de Apoyo	Presentación Powerpoint

Evidencias de Aprendizaje	Socialización plan de fijación de precios
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	3

17. Debate sobre Políticas de Precios

Descripción	**Debate sobre políticas de precios y su impacto en el mercado.** Los aprendices participarán en un debate sobre diferentes políticas de precios y su impacto en el mercado. Se dividirán en dos grupos, cada uno defendiendo una política específica (precios descremados vs. precios de penetración). Después de un tiempo para leer y discutir, prepararán argumentos para el debate. La instructora moderará la actividad, asegurando que ambos grupos expongan sus puntos de vista y se cuestionen mutuamente. Al finalizar, se resumirán los puntos clave y se reflexionará sobre la importancia de elegir la política de precios adecuada para el éxito empresarial.
Ambiente Requerido	Aula con sillas dispuestas en círculo
Estrategias	Debate estructurado
Materiales de Formación	Documentos sobre políticas de precios
Material de Apoyo	Artículos académicos
Evidencias de Aprendizaje	Registro de argumentos presentados
Instrumentos de Evaluación	Prueba de Habilidad (lista de chequeo)
Duración (horas)	2

18. Taller evaluativo del Curso

Descripción	**Taller práctico con todos los temas tratados en el curso.** Los aprendices participarán en un taller práctico que integrará todos los temas tratados en el curso, incluyendo estructura de costos, costo unitario, punto de equilibrio, margen de contribución y fijación de precios. En grupos, realizarán ejercicios que aplicarán estos conceptos a un caso práctico, permitiendo que cada grupo desarrolle un análisis completo del producto o servicio asignado. La instructora guiará el proceso, proporcionando apoyo y retroalimentación. Al finalizar, cada grupo presentará sus conclusiones, promoviendo la discusión y el intercambio de ideas

	sobre la aplicación de los conceptos aprendidos en situaciones reales.
Ambiente Requerido	Aula tranquila
Estrategias	Trabajo grupal
Materiales de Formación	Talleres impresos
Material de Apoyo	Presentación powerpoint
Evidencias de Aprendizaje	Resultados de los ejercicios
Instrumentos de Evaluación	Ejercicio práctico
Duración (horas)	3

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
NA	NA	Lluvia de Ideas sobre Precios y su importancia	Lista de ideas generadas	Establece los criterios de fijación de precios, de acuerdo con las políticas de la empresa y el sector. Analiza los factores externos e internos de la empresa para definir los precios de los productos o servicios. Establece los precios de los productos y servicios aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios, teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio, el cliente y el mercado. Determina los precios con base en el análisis de la oferta, la demanda, el posicionamiento del producto o servicio y las	Téncica: Observación direta en ambiente de trabajo de la participación Intrumento: (Prueba de Habilidad)
		Análisis de Casos Reales de empresas com fijación de precios exitosas y fallidas	Exposición grupal		Téncica: Observación direta en ambiente de trabajo de la socialización de temática Intrumento: (Prueba de Habilidad)
		Reflexión Personal sobre Experiencias con precios en productos comprados	Socialización de experiencia personal sobre precios		Técnica: Formulación de preguntas Instrumento: cuestionario
		Juego de Roles: Simulación de negociación entre	Observación de interacciones		Técnica: Simulación de situaciones

		compradores y vendedores		estrategias de la competencia. Calcula los precios a partir de los costos, ingresos, teniendo en cuenta punto de equilibrio y márgenes de rentabilidad. Establece los precios de los productos y servicios aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios, teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio, el cliente y el mercado. Determina los precios con base en el análisis de la oferta, la demanda, el posicionamiento del producto o servicio y las estrategias de la competencia. Valora los tipos de cambio, las restricciones legales y aduaneras, el antidumping y antisubvención y el transporte teniendo en cuenta la definición de los precios mercado, la maximización de la utilidad y la participación en el mercado.	Instrumento: Lista de chequeo
		Debate sobre ventajas y desventajas de estrategias de fijación de Precios	Registro de argumentos presentados		Técnica: Observación directa Instrumento: Lista de chequeo
		Mapa Conceptual sobre tipos de Precios y sus características	Mapa conceptual final		Técnica: Valoración de productos terminados o en proceso Instrumento: Ejercicio práctico
		Investigación sobre Factores que afectan la fijación de Precios	Socialización de investigación		Técnica: Formulación de preguntas Instrumento: cuestionario
		Presentación de Conocimientos Previos sobre costos y gastos	Socialización Individual		Técnica: Observación directa en ambiente natural de trabajo Instrumento: Prueba de habilidad
		Discusión sobre Estructura de Costos de diferentes productos y servicios	Opiniones y argumentos		Técnica: Observación directa en ambiente natural de trabajo Instrumento: Prueba de habilidad
		Análisis de precios de productos competidores en el mercado	Conclusiones de análisis		Técnica: Observación directa en ambiente natural de trabajo Instrumento: Lista de chequeo

		Estudio de Casos Costeo de Productos en empresas reales	Solución a casos de estudio		Técnica: Valoración de productos terminados o en proceso Instrumento: Ejercicio práctico
		Taller de Cálculo de Costos unitarios	Resultados de cálculos		Técnica: Guía de trabajo Instrumento: Ejercicio práctico
		Taller de Estrategias de Precios	Estrategia de precios desarrollada		Técnica: Guía de trabajo Instrumento: Ejercicio práctico
		Taller Cálculo del Punto de Equilibrio	Cálculos realizados		Técnica: Guía de trabajo Instrumento: Ejercicio práctico
		Juego de Roles sobre Estrategias de fijación de Precios	Reflexiones sobre la simulación		Técnica: Simulación de situaciones Instrumento: Lista de chequeo
		Plan de Fijación de Precios	Socialización plan de fijación de precios		Técnica: Valoración de productos terminados o en proceso Instrumento: Ejercicio práctico
		Debate sobre Políticas de Precios	Registro de argumentos presentados		Técnica: Observación directa Instrumento: Lista de chequeo

		Taller evaluativo del Curso sobre los temas vistos en las sesiones de fomación	Resultados de los ejercicios		Técnica: Guía de trabajo Instrumento: Ejercicio práctico

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Costos fijos:** Son aquellos costos que no varían con el nivel de producción o ventas, como el alquiler de la fábrica, los salarios administrativos, etc.
- **Costos variables:** Son aquellos costos que varían directamente con el nivel de producción o ventas, como la materia prima, la mano de obra directa, etc.
- **Costos totales:** Es la suma de los costos fijos y variables.
- **Costos unitarios:** Es el costo por unidad producida, se calcula dividiendo los costos totales entre el número de unidades producidas.
- **Margen de contribución:** Es la diferencia entre el precio de venta y los costos variables por unidad, representa la contribución de cada unidad vendida a cubrir los costos fijos y generar utilidad.
- **Punto de equilibrio:** Es el nivel de ventas donde los ingresos son iguales a los costos totales, es decir, no hay utilidad ni pérdida.
- **Precio de venta:** Es el valor monetario asignado a un producto o servicio.
- **Precio de mercado:** Es el precio al que se vende un producto o servicio en el mercado.
- **Precio de penetración:** Es un precio bajo establecido para atraer clientes y ganar participación de mercado.
- **Precio de descreme:** Es un precio alto establecido para maximizar las ganancias en un mercado nuevo.
- **Precio psicológico:** Es un precio diseñado para influir en la percepción del cliente sobre el valor del producto.
- **Precio de línea:** Es un precio establecido para mantener la coherencia entre los precios de los productos de una línea.
- **Precio de paquete:** Es un precio establecido para un conjunto de productos o servicios vendidos juntos.
- **Precio de licitación:** Es un precio establecido para competir en una licitación o concurso público.
- **Precio de transferencia:** Es el precio al que se transfieren productos o servicios entre divisiones de una empresa.
- **Precio de costo más margen:** Es un método de fijación de precios que agrega un margen de ganancia al costo del producto.
- **Precio de valor percibido:** Es un método de fijación de precios basado en la percepción del cliente sobre el valor del producto.

- **Precio de competencia:** Es un método de fijación de precios que se basa en los precios de los competidores.
- **Precio de descuento:** Es un precio reducido temporalmente para estimular las ventas.
- **Precio de promoción:** Es un precio especial ofrecido por un período limitado para atraer clientes.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

BIBLIOGRAFÍA

- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (1995). Administración de costos, Contabilidad y control. Internacional Editores, S.A. de C.V., México D.F.
- Blocher, E., Chen, K., & Lin, T. (2007). Cost Management: A strategic emphasis. McGraw-Hill, Nueva York.
- Kaplan, R. S., & Cooper, R. (1999). Coste y Efecto. Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.
- Garrison, R. H., & Noreen, E. W. (2003). Managerial Accounting. McGraw-Hill, Nueva York.
- Hilton, W. R. (2002). Managerial Accounting. McGraw-Hill, Nueva York.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2007). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial (12a. ed.). Pearson Educación.
- Gómez, R., Francisco. (2009). Contabilidad de Costos. Ediciones Fragor, Caracas, Venezuela.

WEBGRAFÍA

- Elenas. (s.f.). Tipos de precios: ¿Cuál elegir para tus productos? Elenas. https://www.elenas.co/blog/tipos-de-precios-lo-que-debes-saber

- HubSpot. (2021, 14 de octubre). 3 métodos de fijación de precios que deberías implementar. HubSpot. https://blog.hubspot.es/sales/metodos-fijacion-precios

- Semrush. (2022, 7 de abril). Usa estrategias de precios para poner precio a tus productos. Semrush. https://es.semrush.com/blog/estrategia-de-precios/

- HubSpot. (2021, 28 de octubre). La diferencia entre valor, precio y costo (con ejemplos). HubSpot. https://blog.hubspot.es/sales/diferencia-valor-precio

- Zendesk. (2022, 12 de abril). Cómo calcular el precio de un producto en 4 pasos. Zendesk. https://www.zendesk.com.mx/blog/como-calcular-precio-producto/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Brenda Karina Garces**	**Instructora**	**Programa Víctimas - SENA**	**26/08/2024**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					