

Escuela Provincial de Educación Técnica N°9 Dr. René Favaloro

M.E.P. Prof. Trigos Asis, Tamara Gimena

Año: 3ero 1ª y 2ª, Ciclo Básico- O.F.T.P.P.

Turno: Mañana

Área curricular: Administración y Gestión I

Título de la propuesta: Plan de Negocio

* **GUIA N°: 5**

CONTENIDO: Proceso de creación de Empresa

MARCO TEÓRICO (continuación de Guía N° 4)

Proceso de Creación de Empresa

El plan de comercialización involucra además de lo antes visto, establecer el precio del producto o servicio que vamos a vender.

FORMAS PARA DETERMINAR EL PRECIO DE VENTA

a)- En función de los costos:

Para ello debemos tener en claro lo siguiente:

- Costos
- Gastos
- Margen de Utilidad

¿Qué es un costo? Es la inversión en dinero que una empresa hace, con el fin de producir un bien, comercializar un producto y/o prestar servicio.

Ejemplos: materia prima, insumos, sueldos del área de producción, envases, luz, gas, entre otros.

¿Qué es un gasto? Es la salida de dinero que realiza una empresa, o persona, con el objetivo de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio, así como también ejecutar labores de venta, promoción y distribución de los productos manufacturados, los servicios prestados y las mercancías adquiridas para revender.

Ejemplos: honorarios pagados por servicios profesionales, Sueldos del personal administrativo y general, impuestos, seguros, promoción y publicidad, fletes, entre otros.

Escuela Provincial de Educación Técnica N°9 Dr. René Favalloro
– 3º Año 1ª y 2ª División – Administración y Gestión I

Utilidad: representa el beneficio o **ganancia** que se obtiene.

Margen de utilidad: Indica la rentabilidad de un producto, servicio o negocio y es expresado como un porcentaje.

b)-En función de los precios de la competencia

Se toman como orientadores los precios del mercado.

c)- En función de lo innovador que sea el producto

Si el producto o servicio a prestar es radicalmente novedoso, se puede partir de lo que se denomina «precio psicológico», es decir, partiendo de una encuesta realizada a nuestros futuros clientes, determinar cuánto es, para ellos, caro y barato y, en base a esa franja mínima y máxima, determinar el precio.

El precio de venta:

Es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios. Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

ACTIVIDADES

1-Leer y releer el marco teórico. **Marcar palabras desconocidas y buscar su significado.**

2-Identificar en las guías anteriores (3y 4) costos y gastos posibles (Utilice dos colores diferentes)

3- Establecer la utilidad esperada para la conformación del precio de venta.

BIBLIOGRAFÍA:

[http://www.talavera.es/sites/aytotalavera/files/documentos/Repositorio_IPETA/IPETA/DOCUMENTOS/El_proceso_de_creacion_de_una_empresa\(FECMES\).pdf](http://www.talavera.es/sites/aytotalavera/files/documentos/Repositorio_IPETA/IPETA/DOCUMENTOS/El_proceso_de_creacion_de_una_empresa(FECMES).pdf) ,

Escuela Provincial de Educación Técnica N°9 Dr. René Favaloro
– 3 ° Año 1 ª y 2 ª División – Administración y Gestión I

<https://es.slideshare.net/masolc/los-costos-y-los-gastos-definicion-y-calsificacin>.

<http://emprendimientobasico.blogspot.com/p/costos.html>

Fecha de Presentación: 30 de junio del 2020

Contacto: LOS ALUMNOS DEBEN REALIZAR LOS TRABAJOS DE ESTA GUÍA Y ENVIARLOS COMO IMAGEN (FOTO-escrito con tinta) POR WHATSAPP AL CEL: 2644707526 O AL CORREO ELECTRÓNICO: ayq1epet9@gmail.com

Director-Profesor Roberto, Solera