

# XI JORNADAS DE USUARIOS



**Madrid, 14-16 de noviembre de 2019**  
Auditorio Repsol, 14 de noviembre  
UNED Campus Moncloa, 15-16 de noviembre

## Herramientas de R para la investigación de mercados

# 6. Técnicas de exploración de precios



# Agenda

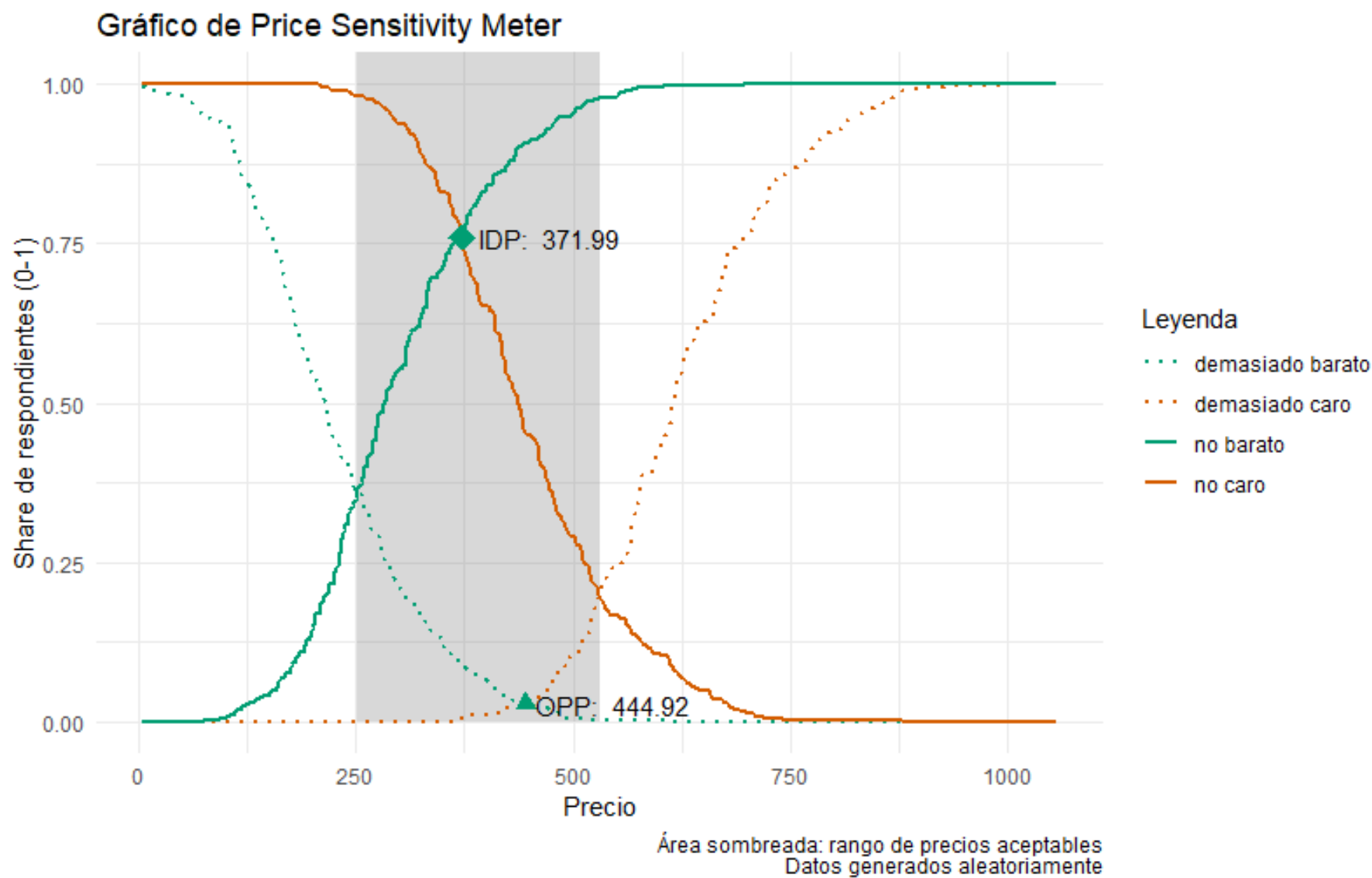
- PSM (Price Sensitivity Meter)
- WTP (Willingness To Pay): INCLUIDO EN 5.CONJOINT ANALYSIS

# Price Sensitivity Meter (1)

- Batería de preguntas de Van Westendorp:
- *¿A qué precio considera que este producto es barato?* (= **BARATO**)
- *¿A qué precio usted compraría este producto, pero consideraría que es caro?* (= **CARO**)
- *¿A qué precio dejaría de comprar este producto por considerarlo demasiado caro?* (= **DEMASIADO CARO**)
- *¿A qué precio dejaría de comprar este producto por considerar que es tan barato que su calidad se resentiría?* (= **DEMASIADO BARATO**)



# Price Sensitivity Meter (2)



# Price Sensitivity Meter (3)

- Puntos de corte de las curvas:
- **IDP** (Indifference Price Point o Precio de Indiferencia):
  - Cruce de “BARATO” y “CARO”, donde coincide el porcentaje de personas que consideran barato el producto y el porcentaje que lo consideran caro.
  - Podría representar el precio medio pagado por un producto de este tipo en un mercado ya consolidado.
- **OPP** (Optimal Price Point o Precio Óptimo):
  - Cruce de “DEMASIADO BARATO” y “DEMASIADO CARO”.
  - Minimiza el porcentaje de personas que lo rechazan por resultar demasiado caro o por ser demasiado barato



# Price Sensitivity Meter (4)

- **Intervalo recomendado de precios:** entre Precio de Indiferencia y Precio Óptimo. Por debajo se pierden potenciales ganancias; por encima se perderían ventas
- **Intervalo de precios aceptables:** la gran mayoría de precios para un producto como éste en un mercado ya estabilizado; fuera de ese intervalo disminuye la probabilidad de compra
  - Límite superior: **PME** (Point of marginal expensiveness), cruce de “BARATO” y “DEMASIADO CARO”. Por encima de este punto aumenta el porcentaje de personas que lo consideran demasiado caro, disminuyendo los que lo consideran barato, es decir una reducción generalizada del beneficio.
  - Límite inferior: **PMC** (Point of marginal cheapness), cruce de “DEMASIADO BARATO” y “CARO”. Por debajo de este precio aumentan quienes consideran el producto “sospechosamente” barato, disminuyendo la probabilidad de compra



# Price Sensitivity Meter (5)

Punto / Intervalo	Precio
<b>IDP</b> (Indifference Price Point)	372
<b>OPP</b> (Optimal Price Point)	445
<b>PME</b> (Point of marginal expensiveness)	532
<b>PMC</b> (Point of marginal cheapness)	252
Intervalo recomendado de precios	372 - 445
Intervalo de precios aceptables	252 - 532

