

Cómo fijar el precio de un producto o servicio

Fijar un precio de un producto o servicio es una de las muchas decisiones fundamentales que todo emprendedor debe tomar. Esta decisión influye en casi todos los aspectos de tu negocio, desde el **flujo de caja** hasta los márgenes de ganancia, el posicionamiento de la marca en el mercado y los gastos que se pueden cubrir.

Algo común es trabarse en la estrategia de precios cuando se lanza una nueva marca o producto, pero no hay que dejar que esa decisión impida el lanzamiento. **Los mejores datos sobre los precios se obtienen al lanzar y probar con clientes reales**, pero hay que empezar por algún lugar.

En primer lugar, no es una decisión que se pueda tomar una sola vez. Si estás tratando de encontrar el precio adecuado, hay una forma rápida y sencilla que es fijar un **precio inicial**. Este valor no significa que lo usarás para siempre, pero puede ser un punto de partida.

Para fijar este primer precio, es fácil: hay que **sumar todos los costos que conlleva el desarrollo de ese producto o servicio y luego agregar un margen de ganancias por encima de esos gastos**. Parece obvio, pero es fundamental que esta cuenta – por más evidente que parezca – sea capaz de sostener el negocio. Por lo contrario, **si el precio de los productos es deficitario o con un margen de ganancias insostenible, la empresa no podrá escalar**.

Hay otros factores importantes que debés tener en cuenta en la fijación de precios, como la relación entre el precio de la empresa y el de los competidores y las expectativas de sus clientes. Pero antes de pensar en eso, es importante asegurarse de que se encontró un **precio de base sostenible**.

4 Consideraciones para calcular un precio adecuado

- **Sumá los costos variables (por producto):** En este sentido, es importante agregar el tiempo que le dedicás al negocio. Para fijar el precio de tu tiempo, establecé una tarifa por hora que quieras ganar con tu negocio y luego dividirla por el número de productos que puedas fabricar en ese tiempo. Para determinar ese precio base sostenible que mencionábamos

antes, asegurate de incorporar este costo como un costo variable en el producto.

- **Estudiá los precios del mercado:** Es importante [conocer al cliente](#) y saber cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto o servicio. Si duplicás el precio de tus competidores, es posible que las ventas se conviertan en un reto para tu categoría.
- **Prueba y error una vez que esté en marcha:** El precio es una variable que evoluciona con el negocio. Mientras cubra los gastos y traiga beneficios, podrás lanzar tu nuevo producto y usar los comentarios de los clientes para ajustar la estrategia de precios a futuro.
- **Cuidado con la fijación de precios insuficiente:** Algunos emprendedores piensan que subestimar el precio de su producto o servicio ayudará a convencer al consumidor que su propuesta es la menos costosa y, por consiguiente, asegurará ventas. Este es un error. El cliente sentir que están recibiendo valor, es decir, que aquello que están consumiendo es más importante que el valor nominal de sus billetes.