

Fijación del precio de un servicio

José Omar Tinajero Morales

histormex@yahoo.com.mx

histormex@yahoo.com.mx

Twitter: @histormex

El precio es la suma de dinero que el cliente está dispuesto a pagar por adquirir el producto o servicio (Silva, 2008: 148). Un error muy generalizado de los empresarios al calcular los precios es que sólo se toma en cuenta los costos de la mano de obra y de la materia prima, después lo elevan, por decir algo a lo doble y se cree que se obtendrá una gran ganancia. Pero el error consiste en que no se tomaron en cuenta otros tipos de gastos e inversión y al final esa aparente ganancia, ni siquiera sirve para cubrir gastos fijos.

Hay factores que condicionan el precio:

1. La naturaleza del mercado: libre competencia o monopolio.
2. Ley de la oferta y la demanda. Relación inversa entre el precio de un producto o servicio y la cantidad demandada.
3. Productos y servicios elásticos e inelásticos.
4. Principios políticos a nivel internacional.
5. Política económica del gobierno.
6. Coyuntura económica.
7. Nivel de renta nacional o provincial.
8. Evolución de los artículos sustitutos.

Existen diferentes estrategias para determinar los precios:

1. Métodos empíricos: intuición, tanteo y experimentación.
2. Según la región dónde se venda el producto o servicio, según sus ingresos y nivel de vida.
3. Orientados a costos con margen de ganancias y precios objetivos.
4. Orientados a calidad.
5. Orientados a demanda; valor percibido.
6. Orientados a la competencia.

Es importante en cualquiera de los casos determinar los costos como punto de referencia y verificar que tanto conviene adoptar el precio por las estrategias 4,5 y 6. No debe olvidar la ley de la oferta y la demanda: a mayor oferta menor precio y a mayor demanda mayor precio. Recuerde que hay productos y servicios elásticos e inelásticos, los primeros se sujetan a la ley de la oferta y la demanda; mientras que los segundos por atender necesidades de primer orden, siempre se consumen, independientemente de su precio, en este caso entrarían alimentos, medicinas, etc. Si se decide elaborar un producto o servicio y cobrar en función a la calidad, se tendrá que enlazar con la identificación del perfil del cliente y el nicho de mercado para determinar si hay posibilidad de adquirirlo a un precio mayor a cambio de mejores atributos.

La metodología del valor percibido, se da por ejemplo, cuando un conferencista prestigiado puede cobrar muy altos sus servicios, debido a que la gente lo percibe como una autoridad en la materia. Hay que tener cuidado en la fijación de precios en relación con la competencia, porque se comete un error muy generalizado, que es cuando se da un precio menor, lo cual incide en dos aspectos: en el primero, puede generar dudas en el consumidor al pensar que se le está vendiendo algo de dudosa calidad y en segundo lugar, al bajar los precios puede correr al riesgo de no poder pagar ni los costos fijos.

Se empleará en el presente libro el método orientado a costos, para lo cual hay que diferenciar algunos conceptos. Costos son la suma de inversiones efectuadas para obtener un producto determinado. Existe diferencia entre costo y gasto, el costo es inversión que se incorpora al activo; mientras que el gasto es una erogación que afecta los resultados de la empresa, es una fuga. Los elementos del costo: materia prima, mano de obra y gastos generales de la empresa (Escobar, sf: 12 y 14).

Los costos fijos: no están directamente relacionados con el nivel de producción. Mientras que los costos variables sí están condicionados por el nivel de producción. Es importante distinguirlos para clasificarlos adecuadamente, así como separar correctamente los activos y pasivos. Se hacen dos listas, en una de ellas se ponen todos los activos fijos tangibles para calcular la depreciación, ya sea la contable o la fiscal. Mientras que con todos los activos diferidos se calculará la amortización. Depreciación y amortización son procesos de ajuste para reflejar adecuadamente la situación financiera.

Posteriormente en otra lista se calculan los costos directos o variables sumando lo que cuesta la mano de obra y la materia prima. Todo lo que no entra directamente en la realización del producto o servicio va en los costos fijos o indirectos, como sueldos del personal administrativo, pagos de luz, agua, teléfono, etc. Se aprovecha la información de las listas anteriores. Después se calcula el costo total, que es la suma de los costos directos e indirectos. Para saber el costo unitario total se divide el costo total entre el número de productos o servicios.

Para obtener el precio de venta se requiere de saber el costo unitario total y el porcentaje de utilidad deseada, a partir de la fórmula que viene en el apéndice de este libro. La gente generalmente prefiere los precios impares: 9.95 en vez de 10 ó 245 en vez de 250. El porcentaje de utilidad se plantea en relación con qué tanto se desea ganar y si es posible que el consumidor adquiera el precio o producto.

El porcentaje de utilidad se calcula restando el precio de venta menos el costo total unitario, el resultado se divide con el precio de venta.

La cantidad de ventas se obtiene multiplicando el precio de venta por unidades. Por último, se obtiene la utilidad bruta restando las ventas menos el costo total. Consulte el formulario en el anexo.

Un procedimiento alternativo es el que se muestra a continuación retomando el ejemplo del Licenciado en Ciencias de la Información, que necesita determinar el costo de sus servicios:

1. Se realiza la lista de servicios a ofrecer.
 - a) Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.
 - b) Asesorías de Sistemas de Información Documental.
 - c) Conferencias de Sistemas de Información Documental.
 - d) Desarrollo de Sistemas de Información Gobiernos Municipales.
 - e) Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.
2. Se identifican costos de materia prima y de mano obra, por cada servicio. Con la fórmula se calcula el costo directo o variable.

$$\mathbf{CD = MP + MO}$$

CD= Costo directo

MP = Materia prima

MO = Mano de obra

Clave	Servicio	Materia Prima	Mano de obra	CD
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	\$22	\$800	\$822
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	\$20	0	\$20
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	\$820	0	\$820
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	\$20,000	\$25,000	\$45,000
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	\$5,000	\$20,000	\$25,000

Nota: en mano de obra donde está en ceros es porque ya se consideró en nómina y donde hay cantidad es que se contratarán a terceros por honorarios.

Se debe recordar que los costos tienen que ser los más bajos posibles para poder ofertar los productos o servicios a un mejor precio. Hay costos explícitos que se perciben al momento de realizarlos, como son los que se llevan a cabo al producir algo; pero también hay costos implícitos o de oportunidad, que es lo que se pudo haber ganado si se hubiera tomado otra opción.

3. Se multiplica la cantidad de servicios que se realizarán al mes por costo directo de cada uno el resultado es el costo directo mensual.

Clave	Servicio	Cantidad al mes	CD	CD Mensual
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	8	\$822	\$6,576
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	10	\$20	\$200
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	10	\$820	\$8,200
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	1	\$45,000	\$45,000
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	4	\$25,000	\$100,000

4. Se suman todos los costos directos mensuales de los servicios.

\$ 159,976.00

5. Cómo se van a ofrecer varios servicios se tiene que determinar el porcentaje de distribución de gastos de cada uno de ellos. Se toma como cien por ciento la suma de todos los costos directos mensuales y se hace una regla de tres con cada uno de los costos totales de cada servicio.

Clave	Servicio	CD Mensual	% de Distribución de Gastos Operativos
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	\$6,576	4.11%
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	\$200	.13%
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	\$8,200	5.13%
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	\$45,000	28.13%
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	\$100,000	62.51%
	Total Costo Directo Mensual	\$159,976.00	100%

Cómo se puede observar el servicio estrella es el número cinco: Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.

6. Para obtener los costos indirectos se suman los gastos por nómina, fijos y plan de publicidad, éste último dividido entre doce meses.

CI= Suma de todos los demás costos

Suma de gastos fijos o indirectos mensual	
Gastos fijos	\$18,553.00
Gastos por nómina	\$44,440.00
Gastos de plan de publicidad \$2300/12	\$191.67
Total	\$63,184.67

7. El resultado de la sumatoria anterior se multiplica por el porcentaje de distribución de gastos de cada servicio para obtener el costo total del servicio.

$$CT = DG\% \times CI$$

CT = Costo Total

DG = Porcentaje de distribución de gastos operativos o de costo directo mensual.

CI = Costos indirectos o fijos

Clave	Servicio	% de Distribución de Gastos Operativos	Costos Fijos	Costo Total
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	4.11%	\$63,184.67	\$2,596.89
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	0.13%	\$63,184.67	\$82.14
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	5.13%	\$63,184.67	\$3,241.37
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	28.13%	\$63,184.67	\$17,773.85
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	62.51%	\$63,184.67	\$39,496.74

8. Se calcula el costo operativo unitario (CUT).

CT

CUT = _____

NP

CT= Costo Total

NP= Número de servicios

Clave	Servicio	Número servicio al mes	CT	CUT
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	8	\$2,596.89	\$324.61
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	10	\$82.14	\$8.21
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	10	\$3,241.37	\$324.14
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	1	\$17,773.85	\$17,773.85
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	4	\$39,496.74	\$9,874.18

9. El costo del servicio por persona se determina sumando el costo directo más costo unitario.

Clave	Servicio	CD	CUT	Costo servicio por persona
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	\$822	\$324.61	\$1,146.61
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	\$20	\$8.21	\$28.21
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	\$820	\$324.14	\$1,144.14
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	\$45,000	\$17,773.85	\$62,773.85
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	\$25,000	\$9,874.18	\$34,874.18

10. Se determina el porcentaje de utilidad deseada. Para obtener el precio del servicio, se efectúa la fórmula y se redondea el resultado final.

CSP

PV = _____

1-%UD

CSP= Costo de servicio por persona

%UD= Porcentaje de Utilidad deseada

Clave	Servicio	Utilidad deseada	Costo servicio por persona	Precio de Venta por persona
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	70	\$1,146.61	\$3,822.03
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	90	\$28.21	\$282.10
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	20	\$1,144.14	\$1,430.17
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	60	\$62,773.85	\$156,934.62
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	25	\$34,874.18	\$46,498.9

Clave	Servicio	Precio de Venta
S1	Taller de desarrollo de Sistemas de Información Documental.	\$3,822.00
S2	Asesorías de Sistemas de Información Documental	\$282.00
S3	Conferencias de Sistemas de Información Documental	\$1,430.00
S4	Desarrollo de Sistemas de Información para Gobiernos Municipales	\$156,935.00
S5	Desarrollo de Sistemas de Información para Empresas.	\$46,499.00

Es importante anotar que dependiendo de la cantidad de servicios ofrecidos y la cantidad de colocaciones en el mercado, influye en la cantidad del costo total de todos ellos, como es un sistema interrelacionado aumentará o disminuirá el precio del servicio. Por lo que es importante identificar cuál es el servicio estrella de la empresa y cuáles son los complementarios.