



24. Producto de papel

Duración: 45 min.

Objetivo: Para ilustrar los conceptos de costos fijos y variables, la manera en que los costos, la competencia y los clientes afectan la estrategia de precios, así como las brechas entre lo que la empresa está pidiendo como precio y lo que el mercado está dispuesto a ofrecer.

Demostrar la importancia de una buena presentación de lanzamiento / venta.

Para identificar las características del producto, ventajas y beneficios ofrecidos a los clientes.

Materiales:

- Hojas de papel A4 (uno / alumno).

Instrucciones de actividad

Distribuye a cada participante un papel A4. Usando sólo esta hoja de papel en blanco, pida a los participantes que creen un producto. No se les permite usar ningún otro material (bolígrafos, lápices, tijeras, etc.). Sólo se les permite utilizar la hoja de papel A4. Sin embargo, pueden hacer lo que quieran: dividirlo por la mitad, doblarlo, etc. Tienen 10 minutos para crear sus productos.

Permita 10 minutos para que los participantes creen los productos de papel.

Después de que hayan transcurrido los 10 minutos, pida a los participantes que piensen en un precio que cobrarían si vendieran este producto hecho en papel (no el equivalente del producto si fuera de madera, etc.). Por ejemplo, venderán un barco de papel, un abanico de papel, etc. Los participantes tienen 5 minutos para considerar el precio a cobrar. Al cabo de medio tiempo, vuelva a enfatizar el hecho de que están decidiendo un precio a cobrar por su producto hecho de papel.

Espere 5 minutos para que los participantes decidan el precio a cobrar, luego pase a cada uno de los participantes y escriba el precio que cobrarán por su producto.

Dígales a los participantes que ahora se les pide que preparen un lanzamiento para convencer al público de que compre su producto. Tendrán 1 minuto a su disposición cada uno. NO deben revelar el precio de venta del producto en su presentación. Después de lanzar su producto, los otros participantes dirán los precios que ofrecerían. Después de cada presentación, solicite al grupo la cantidad de dinero que ofrecerían a cambio de ese producto y luego revele el precio cobrado por el vendedor. Al final de todas las



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

presentaciones, discuta por qué surgieron diferencias entre el precio considerado por el vendedor y la cantidad ofrecida por los participantes.

Permita 1 minuto / participante para el lanzamiento y 1 minuto para recopilar las cifras que los demás participantes están dispuestos a ofrecer a cambio del producto. Escriba el precio inicial solicitado por el vendedor y los ofrecidos por los otros participantes en el rotafolio.

Informe de la actividad

Analice la actividad preguntando a los participantes cómo se sintieron con respecto a la actividad, qué elementos consideraron cuando establecieron el precio, por qué surgieron las diferencias entre lo que se preguntó y lo que se ofreció. Se les preguntó a los participantes si consideraban la influencia que su tono podría tener sobre el precio que la audiencia estaba dispuesta a pagar por su producto. Luego, pregunte a los participantes si consideraron e incluyeron en sus lanzamientos información sobre las características principales y los beneficios de sus productos.