



**NOMBRE DEL PROFESOR: KARINA MARICRUZ PÉREZ  
GUILLEN.**

**NOMBRE DEL ALUMNO: LETICIA ALEJANDRA VELASCO  
HERNÁNDEZ.**

**ASIGNATURA: TALLER DEL EMPRENDEDOR.**

**NOMBRE DEL TRABAJO: SUPER NOTA.**

**TEMA: LAS 4 P'S.**

**PSICOLOGÍA NOVENO.**

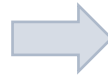
**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS.**

# LAS 4 P'S

## Distribución y puntos de venta.

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.



## Promoción del producto o servicio.

Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.



## Publicidad

Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.



## Promoción de ventas

Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado.



## Etiqueta

Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor.
- calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta.
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto.



## Fijación y políticas de precios

El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.



## Empaque

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.



## Marcas

La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre; esto es posible gracias a las marcas.

**Bibliografía.**

(UDS 2020). ANTOLOGÍA DE TALLER DEL EMPRENDEDOR. COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS.