



Nombre de alumno: Lucía González

**Nombre del profesor: Gerardo
Garduño**

Materia: acción promocional

PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del trabajo: súper nota

**Grupo: 6° Medicina veterinaria y
Zootecnia**

Estrategias Diferenciales

Se aplica un precio distinto en función de la capacidad económica.



▲ Estrategia de precios fijos o variables

Supone que el producto se vende al mismo precio y con las mismas condiciones de venta a todos los clientes.

▲ Descuentos por cantidad.

Es una reducción en el precio unitario ofrecida al comprador de un producto que adquiere una cantidad superior a lo normal.

▲ **Descuento por pronto pago:** Bonificación en el precio otorgada al comprador que paga al contado o al cabo de pocos días de la recepción de mercancías.

▲ **Descuentos Periódicos:** Las rebajas las aplican regularmente las tiendas ropas y tiendas departamentales.

▲ **Descuentos en segundo mercado:** Reducciones de precio que no afectan a la totalidad de los consumidores, como las ofertas o rebajas.

▲ **precios de profesionistas:** Se aplican precios estandarizados por servicios específicos.

▲ **precios Éticos:** Los profesionistas u otras instituciones pueden aplicar precios distintos según el fin social del bien vendido o del servicio prestado o capacidad del pago del cliente.

Estrategias Competitivas

Se fijan tratando de aprovechar situaciones competitivas posibles, estableciendo precios iguales, superiores inferiores a los del sector.

Las empresas dominantes pueden ejercer liderazgo, mientras que las más débiles tendrán que actuar de seguidoras.

Estrategias de precios psicológico

Se fundamentan en el modo en que el mercado percibe la cuantía de los precios y en la asociación que el consumidor hace de los mismos con las características o atributos del producto.

