

**Nombre de alumno: Juan José García Pasquett**

**Nombre del profesor: Gerardo Garduño**

**Nombre del trabajo: Súper Nota**

**Materia: Acción Promocional**

**Grado: 6°**

**Grupo: 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.

