

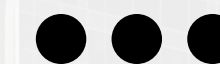


# LAS 4 P'S

---

## TALLER DEL EMPRENDEDOR

LICENCIADO  
RAÚL MONTES  
9NO CUATRIMESTRE



# 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, las marcas



## PUBLICIDAD

Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta

## TIPOS DE PUBLICIDAD

- Periódicos
- Radio
- Volantes



## 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



## MARCA

La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre



## ETIQUETA

Una etiqueta es una forma de proporcionar información detallada y relevante sobre un objeto o producto, facilitando su identificación, uso seguro y comercialización adecuada.



## EMPAQUE

Un empaque se refiere al contenedor o envoltorio utilizado para proteger, contener y presentar un producto. El empaque debe ser de protección, identificación, presentación y de fácil manipulación



## FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIOS

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

*Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción, con un precio bajo en comparación con la competencia o bien, no buscar a través del precio una diferenciación del producto*