

# Lic. Administración y Estrategias de Negocios

# Mercadotecnia

Profra.: Valeria J. Espinosa López

## Actividad 2

Miguel Gómez Méndez

La mezcla de la mercadotecnia (herramientas o variables : "4 P's")

Producto

Un bien tangible o intangible que se ofrece al mercado meta

Ejemplo de un bien tangible: un automóvil.

Ejemplo de un bien intangible: un servicio de limpieza a domicilio.

Características

Núcleo, calidad, beneficios, empaque y etiquetado, diseño, marca o nombre, imagen del producto, ciclo de vida del producto, competencia, precio y promoción.

Variables

Variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías.

Precio

Cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un producto o servicio.

Variables

Precio de lista, descuentos, Complementos, periodo de pago y condiciones de crédito.

Define el futuro de una empresa, siendo éste el que solventará los servicios.

Plaza

Se refiere a la distribución de los productos.

Lugar físico o virtual donde el cliente puede encontrar y adquirir el producto.

Variables

Canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

Promoción

Herramienta del marketing cuya función es establecer comunicación con los potenciales clientes.

Objetivo

Informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto.

Variables

Publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, telemarketing y propaganda.

# Bibliografía

<https://uneg.edu.mx/producto-en-mercadotecnia/>

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/9a079290a0a8f30a30a03c9e3406f706.pdf>

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54320518/Mix\\_Marketing\\_NO\\_es\\_libro-libre.pdf?1504383506=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_Mezcla\\_de\\_Mercadotecnia.pdf&Expires=1707884133&Signature=ImSPwfxylHfJGRh9Tmspu2qJJ-UQdp20vRjj-548zl0KkmRZ40WEjJsWoAEcUJfpvxafKly~soSBW0qC30N-fkkVdZVKi~1yS1d7bUhCvlpBfF0rAAjWSQfXqobP~k~nXBHCOHnCiWfhtxLiAIYNNnBrsFaZO~cUmzgjl6-iU8XD3MjzFCm88vl~wtsjCcOFIPRbS46Lc8GBuasFROyja-V0f22fn7wKa0hm3jC8BVIQxVWU5iSnXRrkDWi39SJ53Wmfws9RDUOZZpoj7WTtxmQ9Oy6l7CeMSTIOxZCqD4prAsl6mz6-Je6ToF3pbjtpjg1iQSf4l7B32x3CHcMJg\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54320518/Mix_Marketing_NO_es_libro-libre.pdf?1504383506=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Mezcla_de_Mercadotecnia.pdf&Expires=1707884133&Signature=ImSPwfxylHfJGRh9Tmspu2qJJ-UQdp20vRjj-548zl0KkmRZ40WEjJsWoAEcUJfpvxafKly~soSBW0qC30N-fkkVdZVKi~1yS1d7bUhCvlpBfF0rAAjWSQfXqobP~k~nXBHCOHnCiWfhtxLiAIYNNnBrsFaZO~cUmzgjl6-iU8XD3MjzFCm88vl~wtsjCcOFIPRbS46Lc8GBuasFROyja-V0f22fn7wKa0hm3jC8BVIQxVWU5iSnXRrkDWi39SJ53Wmfws9RDUOZZpoj7WTtxmQ9Oy6l7CeMSTIOxZCqD4prAsl6mz6-Je6ToF3pbjtpjg1iQSf4l7B32x3CHcMJg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)