



**Efectos positivos de la promoción de  
ventas"**

**"Efectos negativos de la promoción  
de ventas"**

**ROBLERO HERNANDEZ ERIKA  
JANETH**

**BRAYAN JARED  
BETANZOS PIÑON**

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**LICENCIATURA EN MEDICINA  
VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

**ACCION PROMOCIONAL**

**TAPACHULA, CHIAPAS**

**28 DE JULIO 2025**

# Efectos positivos y negativos de la promoción de ventas

## POSITIVOS

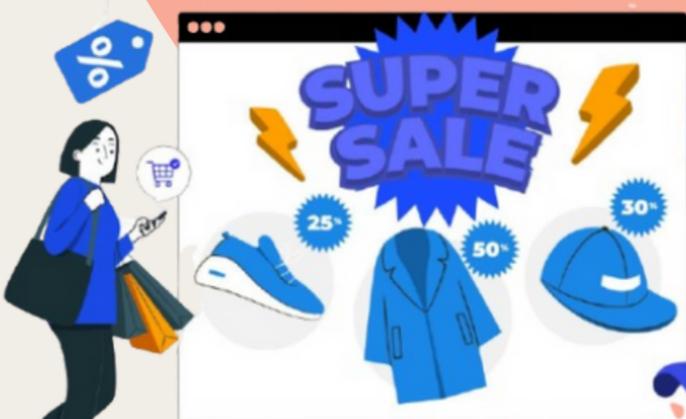


Cambio de marca a favor de la marca promocionada

- ➔ Obtención de nuevos clientes para la marca procedente de otras marcas de la categoría

No consumidores del producto que tras la promoción de ventas, se convierten en nuevos clientes, tanto para la categoría como para la marca

- ➔ Obtención de nuevos clientes para la categoría



Aumento de la fidelidad de los consumidores actuales

- ➔ Aumento de las compras de los consumidores actuales

## NEGATIVOS

Cambio en los hábitos de compra de los consumidores

- ➔ Se producen porque los consumidores anticipan las acciones promocionales



Esto responde a que las promociones de ventas disminuyen la fidelidad a la marca

- ➔ Disminución de la fidelidad de los consumidores hacia la marca



Cambio de la marca

- ➔ Esto se da a través de las promociones que dan lugar a que los precios de los consumidores sea menor



**Bibliografía:[https://media.gettyimages.com/id/155443388/es/foto/de-scuento-en-tienda-de-comestibles-productos-l%C3%A1cteos.jpg?s=612x612&w=gi&k=20&c=3zAu9aPeel0dQBi3aL\\_6Ru8\\_y8q6CP\\_vVssMUNqB6o=](https://media.gettyimages.com/id/155443388/es/foto/de-scuento-en-tienda-de-comestibles-productos-l%C3%A1cteos.jpg?s=612x612&w=gi&k=20&c=3zAu9aPeel0dQBi3aL_6Ru8_y8q6CP_vVssMUNqB6o=)**