



UDS

Mi Universidad

**UNIVERSIDAD DEL
SURESTE**

Richard Jared Cruz
Ochoa

**BRAYAN JARED
BETANZOS PINON**

Accion Promocional

Tapachula Chis

Bibliografia:
[https://wisecx.com/es/
que-es-la-promocion-
de-ventas/](https://wisecx.com/es/que-es-la-promocion-de-ventas/)

26/07/25

EFECTOS EN PROMOCION DE VENTAS

EFECTOS POSITIVOS

Las promociones captan la atención del consumidor y lo motivan a comprar de manera inmediata, especialmente cuando se trata de ofertas por tiempo limitado.

Incremento rápido en las ventas: Las promociones estimulan la compra inmediata, aumentando el volumen de ventas en corto tiempo.

Atracción de nuevos clientes: Ofertas, muestras o descuentos pueden atraer a consumidores que aún no conocían la marca.



Fidelización del cliente: Los clientes se sienten recompensados, lo que puede generar mayor lealtad hacia la empresa o producto.

Despeje de inventario: Ayuda a mover productos que están en exceso o próximos a caducar, evitando pérdidas económicas.

EFECTOS NEGATIVO

Pérdida de valor percibido: El cliente puede pensar que el producto no vale su precio original si siempre está en promoción.

Dependencia del consumidor: Algunos compradores solo adquieren productos cuando hay ofertas, afectando las ventas en períodos normales.

Reducción de utilidades: Las promociones mal planificadas pueden disminuir el margen de ganancia de la empresa.

Cientes no leales: Puede atraer a consumidores que solo buscan descuentos y que no volverán a comprar sin beneficios.

