

**TEMA CENTRAL:  
PROMOCIÓN EN  
VENTAS**

**ELABORO:**

**PALOMEQUE LÓPEZ**

**CARLO RAMIRO**

**FECHA: 26 DE JULIO DEL  
2025**

**ESCUELA: UNIVERSIDAD  
DEL SURESTE**

**CARRERA: MEDICINA  
VETERINARIA Y  
ZOOTECNIA**

**ASIGNATURA: ACCIÓN  
PROMOCIONAL**

**DOCENTE: LIC. BRAYAN  
JARED BETANZO PIÑÓN  
RODRIGUEZ**

**SEMESTRE: 6 A**

# EFFECTOS POSITIVOS DE PROMOCIÓN

---

## VENTAS

Los efectos positivos de las ventas son numerosos y fundamentales para el éxito de cualquier empresa. Genera ingresos, sino que también construye relaciones duraderas con los clientes, fortalece la reputación de la empresa y facilita la adaptación a un mercado competitivo.



## ACLIENTACION



En resumen, las ventas son un motor esencial para el crecimiento y el éxito de cualquier empresa. Una estrategia de ventas bien definida, combinada con un equipo capacitado y un enfoque centrado en el cliente, puede generar resultados positivos en todos los niveles, desde lo económico hasta lo personal.

## EFFECTOS NEGATIVOS EN LA PROMOCIÓN

Canibalización de ventas, la erosión de la percepción de calidad, la dependencia de descuentos y la atracción de clientes que solo buscan precio. Además, puede generar insatisfacción en clientes que valoran la calidad y afectar negativamente el margen de beneficio.

## CANIBALIZACIÓN



Las promociones pueden desplazar las ventas de productos regulares o de periodos futuros, generando una disminución en las ventas totales.

## DEPENDENCIA DE DESCUENTOS

Los clientes pueden acostumbrarse a los precios promocionales y esperar descuentos futuros, lo que dificulta la venta a precio regular.

