



NOMBRE DEL ALUMNO: ALFREDO CALVO

NOMBRE DEL PROFESOR: SISSY YAÑEZ

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL TEMA: LAS 4P'S DEL MARKETING

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: IX

9 °A

COMITAN DE DOMINGUEZ, CHIAPAS A 03 DE JULIO DEL 2025

LAS 4 P'S DEL MARKETING



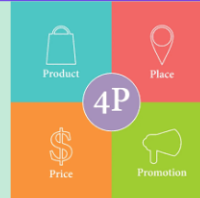
Producto

Se refiere a lo que se ofrece al mercado para satisfacer una necesidad o deseo. Puede ser un bien tangible, un servicio o incluso una idea.

Aspectos clave:

- Diseño y características
- Calidad
- Marca
- Empaque
- Garantía
- Ciclo de vida del producto

Ejemplo: Un celular con cámara de alta resolución, pantalla táctil y diseño moderno.



PRECIO

Es el valor que el cliente paga por el producto o servicio. Afecta directamente la percepción del producto y la rentabilidad del negocio.

Aspectos clave:

- Estrategias de precios (penetración, skimming, competitivos, etc.)
- Descuentos y promociones
- Condiciones de pago
- Elasticidad de la demanda

Ejemplo: Vender un smartphone por \$300 con opción de pago a plazos.



Plaza o Distribución

Consiste en cómo y dónde se entrega el producto al consumidor final. Es decir, los canales de distribución.

Aspectos clave:

- Canales de distribución (directo, mayoristas, minoristas, online)
- Cobertura geográfica
- Logística y transporte
- Almacenamiento

Ejemplo: Vender a través de tiendas físicas y plataformas de e-commerce como Amazon o Mercado Libre.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Promoción

Se refiere a las estrategias de comunicación que se utilizan para informar, persuadir y recordar al mercado objetivo sobre un producto.

Aspectos clave:

- Publicidad (TV, redes sociales, radio, etc.)
- Promociones de ventas
- Relaciones públicas
- Marketing digital
- Fuerza de ventas

Ejemplo: Lanzar una campaña en Instagram para un nuevo modelo de calzado deportivo.



Relación entre las 4 P'S

- Las 4 P's del marketing —Producto, Precio, Plaza (Distribución) y Promoción— están estrechamente relacionadas y deben funcionar de manera integrada para que una estrategia de marketing sea efectiva. Cada una de estas variables influye directamente en las otras, por lo que no pueden ser diseñadas o ejecutadas de forma aislada.
- El producto es el punto de partida. Sus características, calidad, diseño y beneficios determinan gran parte del enfoque de las demás P's. Por ejemplo, si se trata de un producto de alta gama o exclusivo, esto influirá en el precio, que deberá reflejar ese valor percibido. Un producto premium no puede tener un precio demasiado bajo sin afectar su posicionamiento o credibilidad ante el consumidor.

Bibliografía:

- ANTOLOGIA UDS