

**UAEH**<sup>®</sup>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Academia de Innova



**20**  
**20**

**PREPA**<sup>®</sup>  
**UNO**

Tema: Las 4 P de  
la mercadotecnia

L.A.E.T. Rogelio  
Velázquez Velázquez

Enero – junio 2020

# Unidad 3 Diseño

## Unit III Design



- **Tema: Las 4 P de la mercadotecnia**
- **Subject: The 4Ps of marketing mix**

**Resumen:** La mezcla de mercadotecnia se refiere al conjunto de acciones o técnicas que una empresa utiliza para promocionar su marca o producto en el mercado. Las 4P constituyen una mezcla de marketing típica: producto, precio, plaza y promoción.

**Abstract:** The marketing mix refers to the set of actions, or techniques, that a company uses to promote its brand or product in the market. The 4Ps make up a typical marketing mix - Price, Product, Promotion and Place.

**Palabras clave:** mercado, mercadotecnia, producto, servicio, marketing mix.

**Keywords:** Market, marketing, product, service, marketing mix.

# Objetivo

- Comprender los fundamentos y los tipos de diseño, para aplicarlos en el Proyecto Innova.



# Competencias

- COMUNICACIÓN
- 4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos conceptos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiadas.
  - 4.3 Identifica las ideas clave en un texto o discurso oral e infiere conclusiones a partir de ellas.
- LIDERAZGO COLABORATIVO
- 8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
  - 8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

# Las 4 P de la mercadotecnia



# Las 4 P de la mercadotecnia



- La mercadotecnia es una serie de esfuerzos encaminados a que un producto o servicio sea recibido y aceptado por un mercado de consumo; las técnicas en las que se apoya son varias y complejas. Una de ellas es el *marketingmix* (mezcla de mercadotecnia).



# Producto

- Esto es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia



# Producto

- ¿Qué quiero/qué voy a vender?
- ¿Qué necesidades satisface mi producto?
- ¿Cuáles son las características de mi producto? ¿Cuáles los beneficios que se obtiene de cada una de esas características?
- ¿Qué valor o valores agregados proporciona mi producto?



# Precio

- El valor del producto que vamos a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que ofrecemos es caro, puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al nuestro.
- Debemos ser competitivos, hay que ofrecer un precio adecuado.



# Precio

- ¿Qué valor tiene el producto para el cliente?
- ¿Existen unos precios estándar establecidos o fuertemente asumidos por los consumidores para nuestro producto o para productos similares?
- Bajando el precio del producto, ¿lograremos realmente conseguir ventaja competitiva en el mercado?

# Plaza

- Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas.
- De muy poco nos servirá tener un producto de excelente calidad y precio, cuando es difícil encontrarlo.



# Plaza

- ¿Qué debemos analizar para llevar a cabo una buena distribución? Variables como:
- Dónde se van a comprar nuestros productos o servicios.
- Almacenamiento.
- Transporte.
- Tiempos de la operación.
- Costes de los envíos.
- Canales que más me conviene utilizar: venta directa, distribuidores, tiendas online, etc.

# Promoción

- En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado.
- La promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta.



# Las 4 P de la mercadotecnia



- ¿Qué idea o ideas se quieren transmitir?
- ¿Cuáles son los canales en que se encuentra nuestro público objetivo?
- ¿Cómo podemos sorprenderles?

# Referencias

- Alonso, L. (12 de septiembre de 2019). Las 4 P's del marketing mix: historia, variantes y evolución. Obtenido de Marketing4ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/>
- Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación.
- Urdiain, R. (6 de octubre de 2006). Las cuatro P. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/256375>