

Reporte de Lectura

Tema:	4P de mkt
-------	-----------

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing . Google académico
Palabras claves. Marketing mix, 4 “P”, precio, producto, plaza, promoción, Posicionamiento.	
Referencia APA. Asana. (2025). Las 4 P del marketing: Cómo desarrollar una estrategia eficaz. Asana. https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
El marketing mix es un conjunto de acciones y tácticas de marketing enfocadas en lograr el éxito de un producto o servicio, desde su desarrollo hasta su llegada al mercado o al punto de venta. En este artículo te explicamos en detalle en qué consiste este modelo, sus herramientas más habituales, las 4P del marketing y otras nuevas fórmulas de desarrollar el marketing mix.	

Texto (literal con número de página)
<p>De acuerdo con la teoría del marketing mix, estas 4 “P” son los componentes básicos de cualquier campaña de marketing exitosa. Si bien ninguna estrategia garantiza al 100 % que se dispararán las ventas, cubrir las 4 “P” en tus campañas de marketing puede aumentar significativamente las probabilidades de éxito.</p> <p>El enfoque de las 4 “P” funciona para casi cualquier sector y se puede aplicar a cualquier negocio, desde emprendedores independientes hasta organizaciones de nivel empresarial. En nuestra guía, abordaremos cuáles son las 4 “P” del marketing y luego desglosaremos exactamente cómo incorporarlas a tu próxima campaña de marketing.</p> <p>Las 4 “P” representan el producto, el precio, el punto de venta o plaza y la promoción, los cuatro factores principales que los especialistas en marketing deben tener en cuenta al diseñar su estrategia de campaña.</p> <p>La estrategia de marketing debe:</p> <ul style="list-style-type: none">Comunicar lo que el producto proporcionará al cliente.Demostrar por qué el valor del producto coincide con su precio.

Reporte de Lectura

Aparecer en los puntos de venta donde el público objetivo de la empresa frecuente.
Usar estrategias de promoción efectivas para llegar a los clientes potenciales.
Ten en cuenta estos cuatro objetivos cuando elaboras tu estrategia de marketing. Las 4 “P” deben influir en el posicionamiento de tu producto, la selección del canal de marketing, las decisiones publicitarias, la estrategia promocional y las opciones de redacción de contenido creativo a lo largo de la campaña.

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Según la teoría del marketing mix, las 4 “P” —producto, precio, plaza y promoción— son los elementos esenciales que conforman una campaña de marketing sólida. Aunque no garantizan un aumento seguro en las ventas, integrar estas variables incrementa notablemente las posibilidades de éxito en cualquier industria, ya sea para pequeños emprendedores o grandes corporaciones.

Estas cuatro áreas clave deben ser consideradas al planificar cualquier estrategia de marketing, asegurando que se comunique adecuadamente el valor del producto, se justifique su precio, esté disponible en los lugares más convenientes para el público objetivo y se utilicen tácticas promocionales efectivas. Además, estas “P” guían decisiones relacionadas con la selección de canales, publicidad, redacción de contenidos y posicionamiento del producto en el mercado.

Reporte de Lectura

Tema:	Conoce sobre las 4ps de mkt
-------	-----------------------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 2	https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del%EF%BF%BEmarketing/ . Google académico
Palabras claves. Valor percibido, precio, producto, estrategia de mkt, posicionamiento.	
Referencia APA. Rock Content. (2024). Las 4 P del marketing: Qué son y cómo usarlas en tu estrategia. Rock Content. https://rockcontent.com/es/blog/4ps-delmarketing/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Las 4P's del marketing —Producto, Precio, Plaza y Promoción— constituyen la base del marketing mix, un conjunto de herramientas que las empresas utilizan para alcanzar sus objetivos de marketing. Una comprensión y aplicación adecuadas de estas variables permiten a las empresas satisfacer las necesidades del consumidor, posicionar eficazmente sus productos y lograr una ventaja competitiva en el mercado.	

Texto (literal con número de página)
<p>La mezcla de mercadotecnia, conocida comúnmente como las 4P's, comprende cuatro elementos esenciales que configuran las decisiones estratégicas en marketing: producto, precio, plaza y promoción. Estas variables permiten a las organizaciones estructurar sus acciones comerciales para satisfacer las necesidades del mercado, facilitando la planificación de campañas integrales.</p> <p>El producto abarca tanto bienes como servicios ofrecidos, mientras que el precio refleja el valor económico atribuido a estos. La plaza corresponde a los canales mediante los cuales los productos llegan al consumidor final y la promoción involucra las actividades orientadas a informar, persuadir y recordar al público objetivo sobre la oferta.</p> <p>La combinación efectiva de estas variables posibilita a las empresas optimizar su posicionamiento en el mercado, incrementar su competitividad y adaptarse a las características del entorno y las preferencias de los consumidores.</p>

Reporte de Lectura

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

El artículo de Rock Content destaca que las 4P's del marketing —Producto, Precio, Plaza y Promoción— son fundamentales para desarrollar estrategias de marketing efectivas. Cada una de estas variables desempeña un papel crucial en la forma en que una empresa presenta y ofrece sus productos o servicios al mercado.

Producto: Se refiere a lo que la empresa ofrece al mercado, ya sea un bien tangible o un servicio. Es esencial comprender las necesidades y deseos del consumidor para desarrollar productos que realmente aporten valor. Rock Content

Precio: Implica determinar el valor monetario que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto o servicio. Este debe reflejar tanto el valor percibido por el cliente como los costos asociados a la producción y distribución.

Plaza: Se centra en cómo y dónde se distribuyen los productos para que estén disponibles para los consumidores. Elegir los canales de distribución adecuados es vital para asegurar que el producto llegue al público objetivo de manera eficiente.

Promoción: Consiste en las actividades que comunican las características y beneficios del producto al mercado objetivo. Esto incluye publicidad, relaciones públicas, promociones de ventas y marketing directo.

El artículo enfatiza que una estrategia de marketing exitosa requiere una integración coherente de estas cuatro variables, adaptándolas a las características específicas del mercado y del público objetivo.

Reporte de Lectura

Tema:	Importancia de las 4p en mercadotecnia
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 3	https://es.semrush.com/blog/las-4-p-del-marketing/ .
Palabras claves. j Distribución, Estrategias digitales, Diferenciación, Canales de venta,	
Referencia APA. Semrush. (2024). Las 4 P del marketing: Qué son y cómo aplicarlas en tu estrategia. Semrush. https://es.semrush.com/blog/las-4-p-del-marketing/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
Las 4 P del marketing, formuladas por E. Jerome McCarthy, integran producto, precio, punto de venta y promoción. Este modelo permite diseñar estrategias comerciales completas, enfocándose en ofrecer productos diferenciados, establecer precios competitivos, seleccionar canales de distribución adecuados y ejecutar acciones promocionales efectivas, destacando la importancia de adaptarse a los entornos digitales actuales.	

Texto (literal con número de página)
Cuáles son las 4 P del marketing? Son los cuatro elementos en los que se basa el funcionamiento del marketing. Lo que también se denomina marketing mix o las 4 P del marketing que son Producto, Precio, Punto de venta y Promoción. Concepto que se escuchó por primera vez en 1960 de la mano del profesor E. Jerome McCarthy. Según su teoría, el elemento más importante en marketing es el producto y aplicando el conjunto de las 4 P o del marketing mix te permitirá crear estrategias para lanzar cualquier producto nuevo al mercado con éxito. Producto Es el elemento más importante según la teoría de las 4 P del marketing, ya que es el valor de la idea o del servicio con el que la empresa se presenta ante el mercado para la venta.

Reporte de Lectura

El producto tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes potenciales para que estos lo compren. Por su parte, el negocio tendrá que definir el valor diferencial del mismo y todas las características competitivas que presenta.

Precio

La segunda de las 4 P del marketing mix corresponde al precio, que es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para adquirir tu producto.

Definir un precio adecuado para el producto es una parte importantísima, ya que un precio poco acertado disminuye las oportunidades de venta y los beneficios del negocio.

Punto de Venta

El punto de venta es el medio por el cual el producto llega al cliente, puede ser una tienda física de toda la vida y grandes superficies o un eCommerce y marketplaces.

En este sentido de la distribución debes definir algunos factores, como por ejemplo:

Dónde vas a vender tu producto, En qué redes sociales está tu público., Almacenamiento y transporte, Gastos de envío si se trata de una tienda online.

Promoción

La promoción es la cuarta y última de las 4 P del marketing mix, y hace referencia a las acciones que tu empresa va a realizar para dar a conocer tu producto.

Los medios tradicionales como radio, vallas publicitarias, buzoneo... han disminuido su actividad, debido a la llegada de las redes online. Tanto es así, que las posibilidades se multiplican en el mundo digital, pues se puede hacer una buena promoción del producto, sin necesidad de tener un alto presupuesto para ello.

El único problema es que, hoy en día, y con un mercado tan competitivo como el que existe, todavía muchas empresas no saben sacarle partido a estos medios online y mucho menos tienen definida una estrategia de marketing.

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

La teoría del marketing mix, propuesta inicialmente por E. Jerome McCarthy en 1960, establece cuatro componentes esenciales que sustentan las estrategias de mercadotecnia: producto, precio, punto de venta y promoción. Estas variables permiten a las empresas planificar de manera integral el lanzamiento y posicionamiento de sus productos o servicios.

El producto, considerado el pilar principal, busca satisfacer necesidades del mercado, diferenciándose por atributos competitivos. El precio representa el valor económico que el consumidor está dispuesto a pagar, por lo que requiere un análisis cuidadoso para evitar afectar la rentabilidad.

La distribución o punto de venta comprende los canales y espacios donde el producto es ofrecido, tanto físicos como digitales, debiendo contemplarse aspectos logísticos y plataformas de comercialización. Finalmente, la promoción abarca las acciones comunicativas dirigidas a dar visibilidad al producto, destacando en la actualidad las oportunidades que ofrecen los medios digitales frente a los tradicionales. Sin embargo, muchas organizaciones carecen de estrategias digitales eficaces para aprovechar plenamente estos canales.

Reporte de Lectura

--