

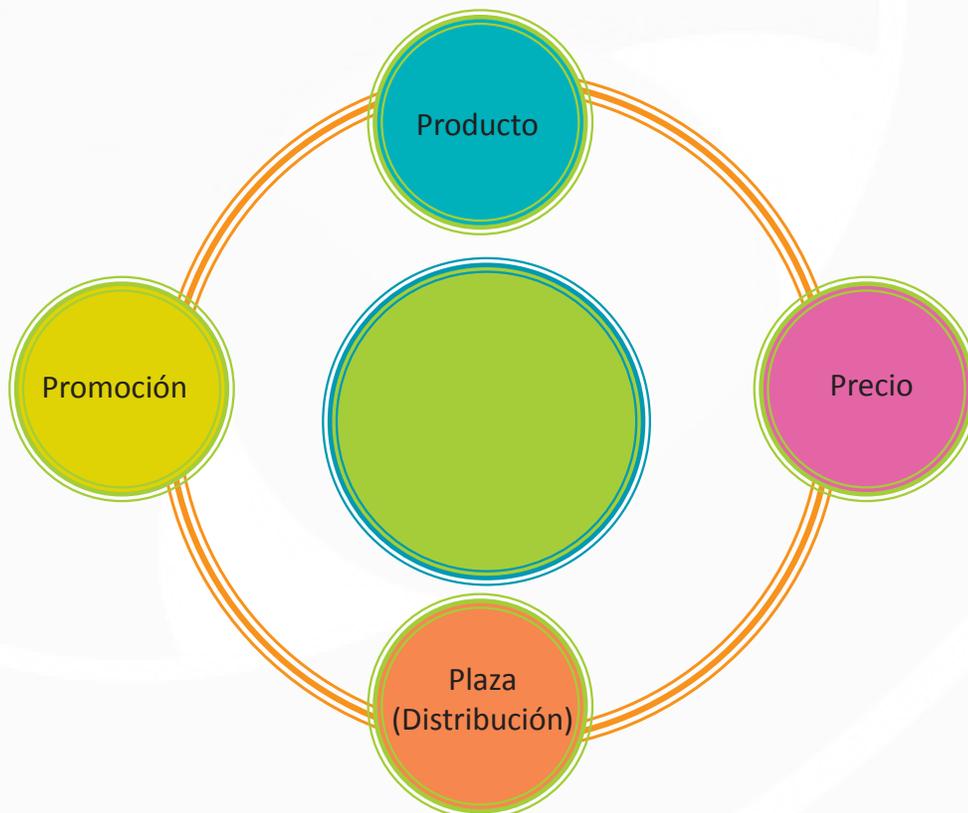


## La mezcla de la mercadotecnia: las 4 P's

por Eduardo Martínez

La *mezcla de mercadotecnia* es el conjunto de variables controlables de mercadotecnia que prepara una empresa para producir la respuesta que desea en el mercado al cual pretende atender.

La mezcla de mercadotecnia incluye 4 variables y por ello se le conoce comúnmente como **Las 4 P's**.



El modelo de las 4 P's (mezcla de mercadotecnia)

A continuación se analiza cada variable en el siguiente orden:

- **P**roducto
- **P**recio
- **P**laza (o distribución)
- **P**romoción

## Producto

El **Producto** representa la combinación de bienes y servicios que ofrece la compañía a su(s) respectivo(s) mercado(s).

En la **P** del Producto se analiza todo lo relacionado con las características tangibles e intangibles de un bien o servicio, tales como:

- Empaque y envoltura.
- Marca.
- Ciclo de vida del producto.
- Colores.
- Olores.
- Tamaños, formas, presentaciones, etc.

## Precio

El **Precio** representa la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el producto.

En la **P** del Precio se analiza:

- El precio = valor monetario (\$) asignado a un bien o servicio.
- Los tipos de precios.
- Los métodos de fijación de precios.

## Plaza

La **Plaza** representa lo que hace la compañía para que el producto esté al alcance de los consumidores meta.

En la **P** de la Plaza se analiza:

- El lugar (físico o virtual) donde se vende el bien o servicio.
- Los canales de distribución: fabricantes, mayoristas, detallistas (menudeo), supermercados, tiendas, etc.

## Promoción

La **Promoción** representa las actividades que comunican las ventajas del producto y buscan convencer o persuadir al consumidor para que lo adquiera.

En la **P** de la Promoción se analiza:



La manera en que se comunica cualquier aspecto del bien o servicio.

**Ejemplos:** descuentos, uso de folletos, catálogos, anuncios, cupones, premios, muestras gratuitas, etc.



**Nota:** La publicidad es un elemento de la promoción.

A continuación se presentan dos ejemplos de la descripción de los elementos de la mezcla de mercadotecnia para dos productos (empanizador y refresco de cola).

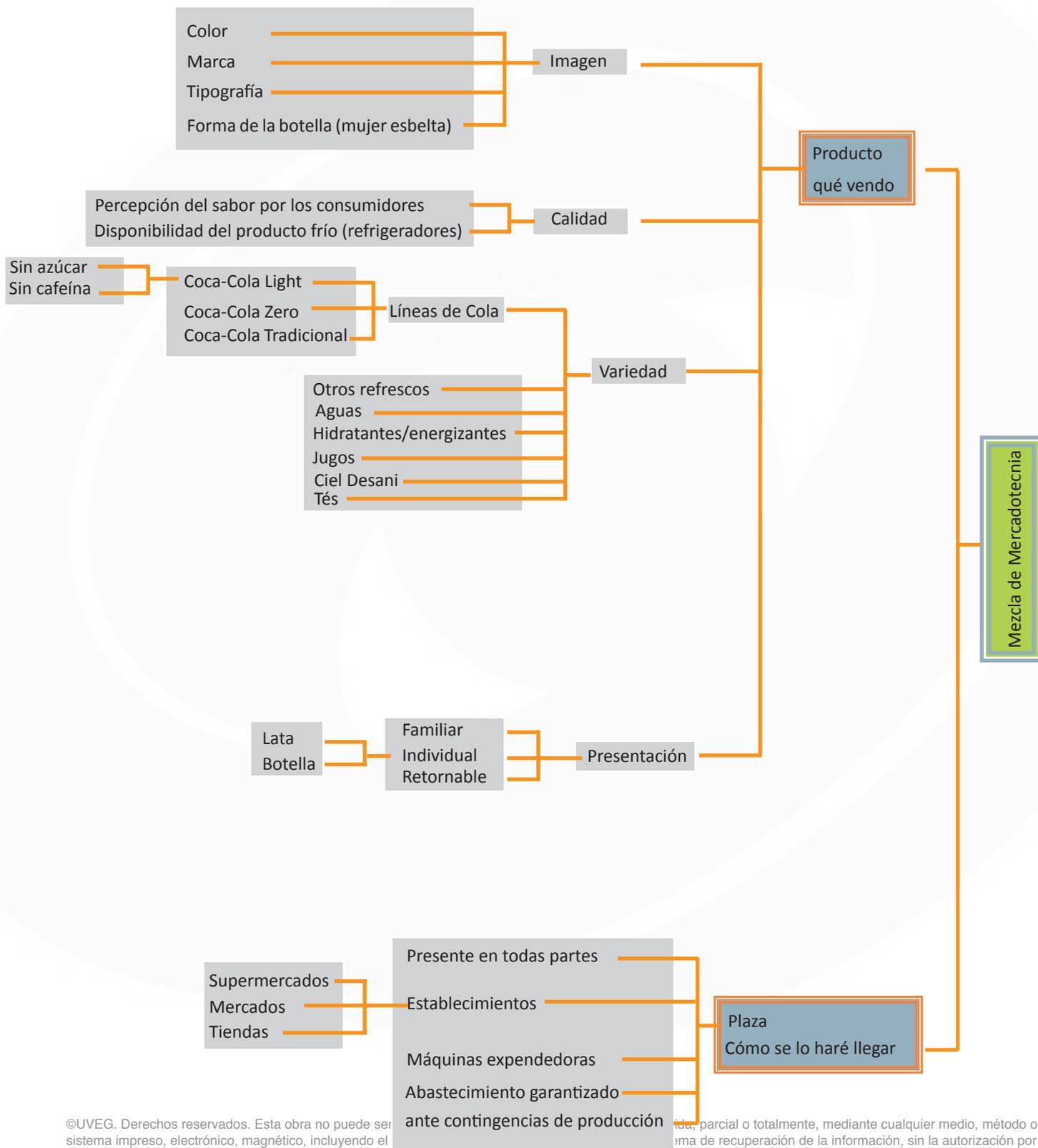
### Ejemplo 1: Empanizador

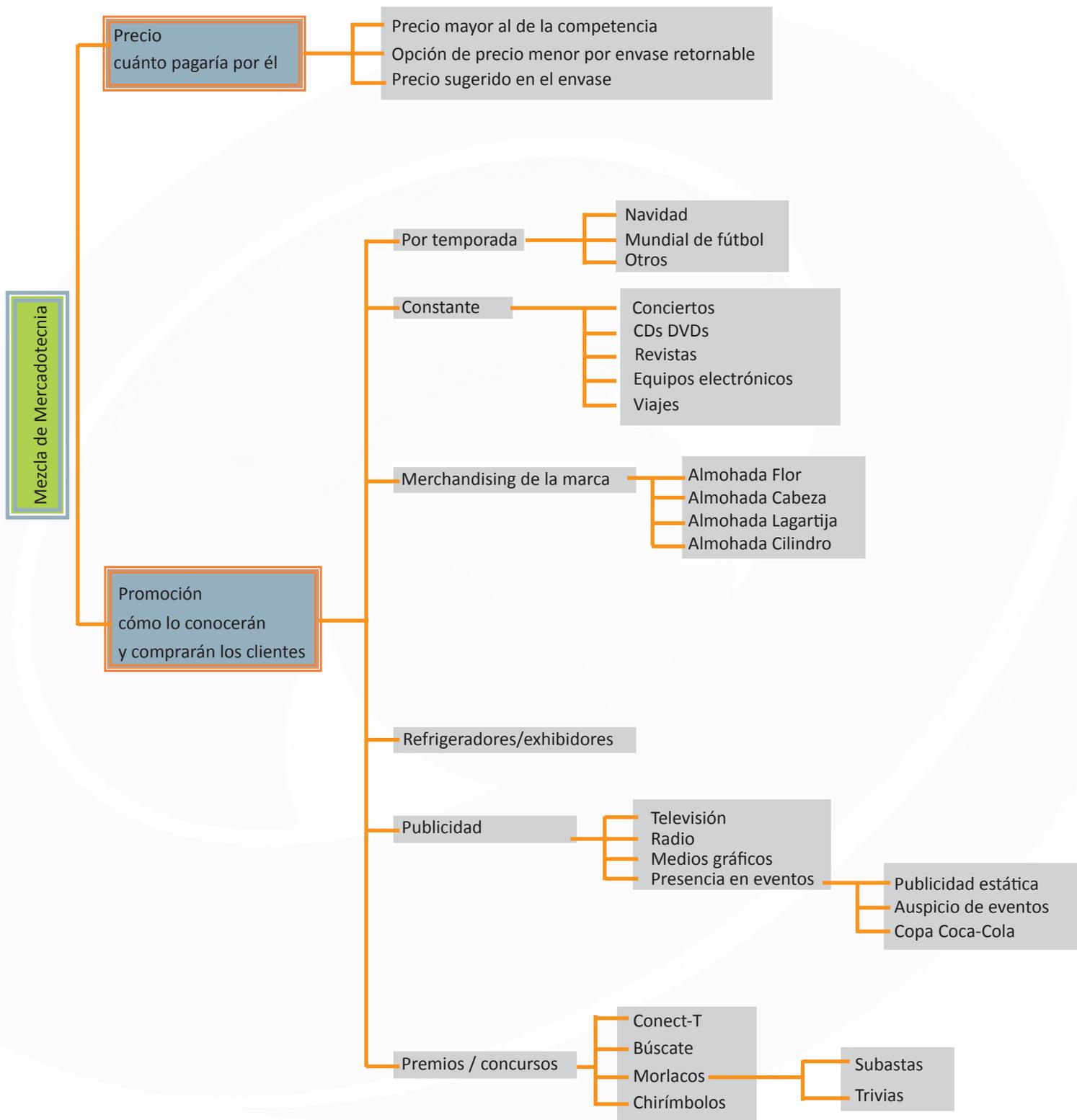
Descripción de las 4 P's de un empanizador:

<b>PRODUCTO</b>	Empanizador de Kellogg's Corn Flakes sabor chipotle, en presentaciones de 125 gramos, 350 gramos y 8 kilogramos.
<b>PRECIO</b>	\$6.50 pesos por el empaque de 125 gramos y \$14.30 por el de 350 gramos.
<b>PLAZA</b>	La presentación de 125 gramos se vende en el canal de Detalle (tiendas misceláneas); la presentación de 350 gramos se vende en el canal de Autoservicio (tiendas de autoservicio) y la presentación de 8 kilogramos, se vende exclusivamente para el canal de <i>Food Service</i> (restaurantes, hoteles, bares).
<b>PROMOCIÓN</b>	Anuncio en TV, así como materiales impresos y actividades de relaciones públicas. También degustación en tiendas con chefs y amas de casa.

# Ejemplo 2: Coca-Cola

Mapa conceptual de la mezcla de mercadotecnia de la empresa Coca-Cola:





## Referencias

Kotler, P. & Armstrong, G. (1998). Fundamentos de mercadotecnia. (2ª edición en español; G. Meza, Trad.). México: Pearson Prentice Hall.

Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2000). Fundamentos de marketing. (7ª. edición en español; C. Ascencio Lara, Trad.). México: McGraw-Hill.

©UVEG. Derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida, modificada, distribuida, ni transmitida, parcial o totalmente, mediante cualquier medio, método o sistema impreso, electrónico, magnético, incluyendo el fotocopiado, la fotografía, la grabación o un sistema de recuperación de la información, sin la autorización por escrito de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato.