

## Reporte de Lectura

Tema:	Estrategias de marketing
-------	--------------------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	Google academico
Palabras claves: Plaza, Mezcla, Plaza, Precio, Promoción	
Referencia APA. Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (Coords.). (2018). <i>Marketing aplicado en el sector empresarial</i> . Editorial UTMACH.  <a href="https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12510/1/MarketingAplicadoEnElSectorEmpresarial.pdf">https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12510/1/MarketingAplicadoEnElSectorEmpresarial.pdf</a>	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
<p>El precio es el valor monetario asignado a un producto o servicio en un proceso de intercambio, representando el ingreso que un comprador debe ceder para obtenerlo. La distribución se encarga de hacer accesible el producto al consumidor a través de diversos canales, asegurando su disponibilidad en las condiciones adecuadas. El producto es el bien o servicio destinado a satisfacer una necesidad del consumidor, quien cuenta con múltiples opciones similares en el mercado. Por último, la promoción incluye estrategias dirigidas a consumidores o distribuidores para aumentar las ventas en el corto plazo.</p>	

Texto (literal con número de página)
<p>Precio= El precio es el valor monetario por el cual, quien ofrece un producto o servicio está dispuesto a participar en un proceso de intercambio; por otra parte, representa la parte de los ingresos que un individuo dará a cambio de poseer el producto (Guerrero, Hernández, y Díaz, 2012) (P.56)</p> <p>Distribución= Mediante los canales de distribución, se facilita el acceso del comprador al producto, para ello la empresa tiene que utilizar de una manera eficiente los recursos con los que cuenta, a fin de que el bien llegue al consumidor en la cantidad, al momento y en las condiciones deseadas, para lograr este objetivo se utilizan diferentes canales de distribución o intermediarios (P.59)</p> <p>Producto= El producto es el bien o servicio que adquiere el consumidor para satisfacer sus necesidades. Actualmente, los consumidores pueden elegir entre una gran variedad de productos que pueden cubrir las mismas necesidades y cuyas características y precios son muy similares (P.53)</p> <p>Promoción= Consiste en una serie de acciones que se realizan para incrementar las ventas a</p>

## Reporte de Lectura

corto plazo. La promoción de ventas puede ir dirigida a consumidores o a distribuidores (P.62)

### Prontuario

#### *Parafraseo del texto seleccionado.*

El precio es lo que una persona está dispuesta a pagar por un producto o servicio, o sea, el valor que el vendedor pide para que se dé el intercambio. También es la parte del dinero que alguien pagará para tener ese producto, a través de los canales de distribución, se facilita que el comprador consiga el producto. La empresa tiene que usar bien los recursos que tiene para asegurarse de que el producto llegue al consumidor en la cantidad correcta, en el momento justo y en buenas condiciones, para esto, se usan diferentes medios o intermediarios, el producto es lo que el consumidor compra para satisfacer alguna necesidad, los consumidores pueden elegir entre muchas opciones que ofrecen lo mismo, con características y precios bastante parecidos, la promoción son acciones que se hacen para aumentar las ventas a corto plazo, las promociones pueden estar dirigidas tanto a los consumidores como a los distribuidores