

Mercadotecnia nutricional →

Asesor: Daniela Monserrat Méndez

Alumna: Ángeles Anarela Aguilar Rodríguez

Actividad: Ensayo

Octavo cuatrimestre

Fecha: 22 de enero del 2021

Comitán de Domínguez Chiapas.

Introducción.

La mercadotecnia es la actividad humana con ella pretende satisfacer nuestras necesidades, deseos y expectativas de los consumidores se acabó por medio de procesos de intercambio. Pero hoy en día todo ha cambiado en particular la comercialización se ha convertido en una característica regular de nuestras vidas por su parte el comercio ha sido caracterizado en publicidad por medio de la televisión, radio y medios escritos.

Desarrollo.

El patrón alimentario hoy en día, se comercializa y se pone en las manos de todos siendo caracterizado por ser alto valor calórico, azúcares, sal y grasas además es bajo en nutrientes esenciales. De esta manera es cuando entra una mala mercadotecnia la publicidad es el principal método de promoción poniendo en riesgo a los consumidores por lo tanto, los alimentos que ofrecen está influyendo mucho en los hábitos alimentarios de la población en general además, con la llegada de la tecnología como son el celular, internet, la industria genera nuevas estrategias que se han movido más allá como son los anuncios por televisión ampliando más publicidad acerca de sus productos.

La mercadotecnia utiliza un plan que es la “ética” los mercadólogos han enfrentado muchos dilemas como son morales, se presenta por motivo que no todo el personal o directores tienen una buena sensibilidad moral, se ha implementado esto ya que todas las compañías deben desarrollar políticas corporativas de ética marketing-extensos de lineamientos que todas las personas deben seguir. Ya que estas políticas podrán cubrir las relaciones con los distribuidores, los estándares de calidad, el servicio al cliente, la fijación de precios, el desarrollo del producto y normas generales de ética. La ética es conocida como el conjunto de normas de comportamiento general que son aceptadas por la sociedad tomando en cuenta que la ética va más allá de las leyes que son establecidas por reglas de una sociedad.

La mercadotecnia social aplica los conocimientos para promover una aceptación, adquisición o respaldo como son nuestras ideas, valores, actitudes y acciones, dicho producto debe depender del tipo y características de los oferentes. El marketing social tiene una responsabilidad que puede ser bastante compatible por lo que esto depende de dos cosas es que tan ampliamente percibe una empresa sus metas marketing y lo dispuesta que está a invertir para poder lograrlo, por lo tanto las organizaciones extienden grandes dimensiones de amplitud y compromiso.

La mercadotecnia actual ha desempeñado un papel fundamental en la economía en todo el mundo, ya que hoy en día proporciona cambios fundamentales para los clientes como es una buena comodidad, velocidad, precio, información del producto y servicio.

Hoy en día, la mayoría de los países, sin importar su etapa de desarrollo económico o sus ideologías políticas, reconocen la importancia de la mercadotecnia. Las actividades de la mercadotecnia contribuyen en forma directa a la venta de los productos de una organización, además de crear oportunidades para realizar innovaciones en ellos. (Antología Mercadotecnia nutricional, 2021)

Conclusión.

Considero que este tema es de carácter importante ya que incluye temas que dentro de un negocio debe influir porque se trata de dar un mejor servicio y con ello poder suplir las necesidades y deseos que nuestros clientes necesiten generando una mejor demanda de nuestro producto.

Bibliografía. Daniela Monserrat Méndez. (2021). Antología mercadotecnia nutricional. Comitán de Domínguez Chiapas: Universidad del Sureste.