

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL



NOMBRE.

Blanca Yaneth Santis Morales

DOCENTE.

Daniela Monserrat Méndez

LICENCIATURA.

Nutrición

TRABAJO.

Ensayo

Comitán de Domínguez, Chiapas a 18 de enero
del 2021.

ENSAYO

INTRODUCCIÓN.

La mercadotecnia se ha convertido en una característica regular en nuestras vidas. Este proceso social y administrativo ha ido evolucionando con el paso del tiempo, por el que los individuos obtienen lo que necesitan y lo que desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros. Este proceso de negocio es orientado a la satisfacción del cliente, encargado de planificar y ejecutar todas las actividades relacionadas con el producto, precio, plaza y promoción. La compañía decide lo que desea hacer con cada unidad de negocios usando la planeación estratégica. Las compañías deben conservar la mayoría de las habilidades y prácticas que les han funcionado en el pasado, pero también añadir nuevas capacidades y practicas si esperan poder crecer y prosperar en el cambiante entorno digital de hoy en día.

DESARROLLO.

Como disciplina de influencias científicas, la mercadotecnia es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes. La mercadotecnia nos ayuda a entender a los consumidores, construir productos o servicios que necesiten y los beneficien, crear y mantener relaciones con los clientes, e impactar de forma positiva en la sociedad. En la actualidad, la mercadotecnia tiene una importancia vital en: 1) la economía de empresas, organizaciones y naciones; 2) en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y 3) en la generación de empresas más

competitivas y capaces de satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad. La responsabilidad social de una empresa puede ser bastante compatible con el concepto de marketing. Esta compatibilidad depende de dos cosas: que tan ampliamente percibe una empresa sus metas de marketing y lo dispuesta que está a invertir para lograrlas. Esta nueva filosofía no solo busca la satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores, ya que muchas veces dichos deseos pueden ser perjudiciales para la salud del individuo y para el ambiente en general. Por ello, actualmente se busca que los productos ofrecidos preserven o mejoren los intereses de la sociedad a largo plazo, lo cual incluye una búsqueda constante de mejores envases y productos reciclables. El concepto de mercadotecnia social no es una simple definición, sino una forma de pensar o una filosofía de dirección que repercute no solo en las actividades de la mercadotecnia sino en todos los elementos o departamentos integrantes de la empresa.

CONCLUSIÓN.

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. Actividades de marketing encaminadas a producir, promover y vender productos que no dañen el ambiente el marketing sería entonces una especie de arma secreta que utiliza el sistema comercial mediante la manipulación de individuos.

(Méndez, 2021)

Bibliografía

Méndez, D. M. (2021). *Mercadotecnia Nutricional* . Comitán de Domínguez, Chiapas : UDS.