

Mercadotecnia
nutricional.



NUTRICIÓN.

- Septiembre 2020- Diciembre 2020
- Daniela Monserrat Mendez.
- Kevin Jasiel Cruz Rios.
- Unidad 1

Introducción.

La mercadotecnia ha sido un punto importante para toda empresa ya sea cualquier empresa grande o pequeña que básicamente funciona para poder demostrar a la sociedad algún producto servicio nuevo, en el siguiente ensayo se demostrara como fue que México empezó a utilizar diversas maneras de mercadotecnia, al igual que el mismo concepto que determina la palabra mercadotecnia.

Básicamente existen diversos autores que efectúan el concepto de mercadotecnia en diferentes maneras donde relacionan diversas acciones por la que determinan el concepto. La actualización debe ser muy importante realizarlo ya que si no efectúa acciones como anuncios publicitarios en internet no generaría el conocimiento sobre la empresa.

Desarrollo.

Básicamente la mercadotecnia en México se remota en actos de comercio o de intercambio que conlleva a la forma de mercadotecnia donde los vendedores necesitaban no solo mantener sino traer más compradores que sus competidores a beneficio de ambos (compradores y vendedores), pero no se tenía un concepto aun de lo que era la mercadotecnia como tal. Las empresas empezaron a adoptar la mercadotecnia y han utilizado diferentes estrategias para que los clientes conozcan y se identifiquen con la empresa XV también para innovarse. Se distingue en 3 actos generales de la evolución mercantil en México durante la época colonial:

1. En 1521 a 1810 se caracterizó por la explotación de metales.
2. En 1810, en este periodo inicia el imperialismo económico moderno.
3. En 1880 a la fecha durante esta etapa los beneficios del comercio y riquezas de México han sido principalmente para Estados Unidos.

A partir de la conquista el comercio en México cambio, el comercio al otorgarle lugares específicos pues esto hacia que la gente se concentrara en un solo lugar para satisfacer sus compras, con la revolución industrial en México se cambio por completo tanto la manera de producir como la de vender debido a que ahora existía una exigencia mayor de los consumidores, es aquí cuando entra la mercadotecnia. Básicamente fue así como surgieron los mercados, a medida que las ciudades crecían, primero se instalaron supermercados y después se instalarían las tiendas de autoservicio, los clientes encontraban los productos que necesitaban en un solo lugar, después las tiendas departamentales comenzaron a abrir sucursales y así se desarrollaron los centros comerciales.

Las primeras estrategias utilizadas de mercadotecnia en México, durante la década de 1950 la mercadotecnia que se utilizaba era para la población en general sin distinción alguna, esto se desarrolla con la ayuda de los medios de comunicación, los programas de televisión utilizaban

grandes espacios durante las transmisiones en vivo para hacer publicidad de numerosas marcas, incluso estas marcas llegaban a patrocinar el espacio completo.

La era digital infunde sobre la evolución de la mercadotecnia ya que durante la actualidad el mundo se encuentra conectado ya sea por medio de un Smartphone, tabletas o computadoras personales, el 19 de julio de 1969 el hombre llegaba a la Luna vía el Apolo 11 comandada por Neil Armstrong y compañía, cuyas imágenes dieron vuelta al mundo y la famosa frase “Es un pequeño paso para un hombre” quedo marcada en la menta de muchas personas y realmente, cuánta razón de ese tenían porque a partir de la década siguiente la sociedad en el aspecto tecnológico evolucionaria a pasos agigantados.

La mercadotecnia como tal es muy importante para toda empresa para poder darse a conocer mediante diversas publicidades mediante la ayuda de la psicología, la mercadotecnia implica el análisis de la gestión comercial de las empresas, su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores, existen diversas técnicas y metodologías de la mercadotecnia que intentan aportar las herramientas necesarias para conquistar un mercado, para eso deben atender a las cuestiones conocidas como las cuatro P: producto, precio, plaza y publicidad.

Las 4 P de la mercadotecnia:

El producto siendo de las 4 P nos debemos de determinar y enfocar en ciertas preguntas como ¿Qué es lo que compra el cliente?, ¿En qué manera satisfacemos sus necesidades? Una vez comprendido con exactitud el producto que se venderá y producirá se realiza y contesta las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las características de tu producto? Y ¿Por qué habrían de comprar tu producto en lugar que el de la competencia? Debe de revisarse cuidadosamente el empaquetado, el servicio a dar e inclusive la garantía.

El precio siendo un error común que comenten muchos empresarios al momento de establecer sus precios es basarse en el costo de producción únicamente de ahí se agregara un porcentaje de utilidad. Es importante pensar ¿Cuánto vale este producto para nuestros clientes? Ya que se debe de considerar a lo que se le conoce como la ley de la oferta y la demanda.

La plaza por su parte es importante considerar el lugar donde se venderá los productos ya que no es lo mismo vender libros en una plaza comercial que en un mercado o por internet, es decir que un buen punto de venta puede ayudar al éxito o al aumento de preciosos, es importante también considerar la posición de los productos por ejemplo no es lo mismo si los productos se venden en una repisa superior de Walmart que en una repisa que esté al alcance de la vista.

La promoción consiste en informar a la gente que tu producto existe, nadie comprara algo que no conoce, hay que hacerle saber a la gente que existe una solución para sus problemas que la empresa tiene ese producto o servicio con el que han soñado, mediante la publicidad, propaganda, promociones de venta, relaciones públicas o inclusive Buzz marketing.

La mercadotecnia pretende posicionar un producto o na marca en la mente de los consumidores, para eso parte de las necesidades del cliente para diseñar, ejecutar y controlar las actividades de comercialización de una empresa, en si las campañas de marketing suponen una inversión en la relación de la empresa con sus clientes, proveedores y hasta con sus propios empleados, también pueden incluir publicidades en los medios de comunicación, por lo tanto las acciones de mercadotecnia pueden ser consideradas desde un punto de vista de la rentabilidad a corto o a largo plazo, los especialistas afirman que la mercadotecnia puede tener distintas orientaciones al mercado (para adaptar las necesidades de un producto a los requerimientos del consumidor), a las ventas (su intención es aumentar la participación de la empresa en el mercado) o al producto (en los casos en que la empresa ya monopoliza al mercado y su atención solo se centra en la mejora del proceso productivo).

Existen diversos autores que definen la mercadotecnia según a sus investigaciones como en el caso del Dr. Philip Kotler lo define como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio, la mercadotecnia en si identifica las necesidades insatisfechas y deseos, se define como la mediciones y cuantificación del tamaño del mercado identificando el potencial de ganancias, señalando que segmento es capaz de servir mejor, diseñar y promover los productos y servicios adecuados.

Para Jay Baer la mercadotecnia lo define como el mensaje o acciones para causar más acciones o entendimiento del mensaje, para Julie Barile lo considera tradicionalmente un medio de organización que comunica y se compromete con su público objetivo para transmitir el valor de marca y en una última instancia, el de vender sus productos y servicios, sin embargo desde la aparición de los medios digitales, en particular las redes sociales y las innovaciones tecnológicas, se ha convertido cada vez más sobre la construcción de relaciones más profundas, significativas y duraderas con las personas que quieren comprar los productos y servicios. Básicamente la mercadotecnia demuestra diversas acciones para poder vender su producto en acciones que demuestre atractivo hacia el cliente, la utilidad de los colores es importante ya que representa un significado en especial siendo de una manera psicológica por ejemplo si nos referimos hacia algo nutritivo nos basamos en el color verde ya que si pones un color nada agradable los clientes sentirán desprecio hacia el producto.

Conclusión.

La mercadotecnia en si nos ayuda a que nuestro producto o servicio se de a conocer y generemos mayor cantidad de clientes demostrando la alta calidad que presta el producto o servicio, si hablamos en un aspecto del área de salud es decir en nutrición es importante demostrar los actos o logros de los pacientes es decir que mediante la experiencia de los clientes se demuestre la calidad del servicio.

*Concepto de mercadotecnia, Autor: (desconocido), Año: (desconocido), Editorial (Desconocido),
Paginas 1-50.*