

TEMA: Mercadotecnia en nutrición

- NOMBRE DE ALUMNA: FIRIDIANA DOMINGUEZ GODÍNEZ
- MATERIA: MERCADOTECNIA NUTRICIONAL
- CARRERA: NUTRICIÓN
- 8 CUATRIMESTRE
- CATEDRÁTICO: DANIELA MONSERRAT MENDEZ

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS, A ENERO DEL 2021

Introducción

En este ensayo hablaremos sobre la mercadotecnia, y cómo influye la ética en la mercadotecnia, así mismo sobre mercadotecnia social y en la actualidad.

Lo cual la mercadotecnia es el conjunto de técnicas y procedimientos comerciales cuyo objetivo es estimular la demanda de un bien o un servicio, también es una de las disciplinas con mayor campo de acción en el mundo profesional. Tiene principios enfocados a entender las necesidades de un público con la finalidad de impulsar las ventas y hacer que el producto sea un éxito, lo cual llega hasta la forma adecuada de comunicación para crear un vínculo con las personas, que les aporten un valor agregado.

En el tema de ética en la mercadotecnia se trata sobre que es importante incluir lo que es los valores éticos dentro del marketing son de suma importancia, sin embargo, también pueden traer consecuencias negativas cuando no se aplica correctamente la deontología. Al tener una buena ética nos ayuda a que se genere confianza entre los consumidores, capta buenos clientes y proveedores lo cual nos tiene muchas ventajas.

La mercadotecnia social Lefebvre & Flora –1988, definen mercadotecnia social como “el diseño, implementación y control de programas que buscan el aumentar la aceptación de una idea o práctica social en determinados grupos objetivo. Utiliza conceptos tales como segmentación de mercado, investigación del consumidor, configuración de idea, comunicación, facilitación, incentivos y la teoría de intercambio para maximizar la repuesta de los grupos objetivo.” Andreasen (1995) lo define como “la aplicación de tecnologías de mercadotecnia al análisis, planeación, ejecución, y evaluación de programas diseñados para influenciar el comportamiento voluntario de las audiencias objetivo para mejorar su bienestar personal y el de la sociedad. Estas son de algunas definiciones la cual hay muchas formas para lograr comprender en si sobre la mercadotecnia social lo cual de esto se va tratar el ensayo.

Desarrollo

La mercadotecnia tiene muchos antecedentes de hace mucho tiempo lo cual es fundamental para para muchas empresas, hasta incluso se puede usar en el sector de salud, la mercadotecnia abarca muchos temas que son fundamentales para la venta o promoción de un nuevo producto, con algunos de los conceptos que abarca son los que hacen la diferencia de otros productos de la competencia.

En la mercadotecnia se toma en cuenta la segmentación de un mercado porque así nos daremos cuenta donde el producto será más requerido o donde es necesario colocar una tienda de nuestro producto que estamos ofreciendo los seres humanos, aunque tenemos las mismas capacidades tenemos distintos gustos y además que los productos necesitan innovación por que los tiempos van cambiando. La gente cambia su forma de pensar dependiendo de la zona geográfica donde habiten porque son distintas culturas, lo cual esto influye mucho en la mercadotecnia.

Uno de los temas importantes en la sociedad es al patrón de alimentos que se promocionan o se comercializan hoy en día, ya que esto puede traer afectos nocivos para la sociedad, ya que en estos promocionan el alimento, pero sin embargo no se dan cuenta que no adquiere los nutrimentos para nuestro organismo. Lo cual de esto se deriva que la mercadotecnia está mal para la sociedad, ya que muchas personas hacen ingesta de estos alimentos que se están promocionando, el impacto que se tiene el uso de la mercadotecnia al ofrecer o hacer promoción en los alimentos influye en gran manera a la población ya sea en niños, jóvenes, adultos, lo cual los riesgos de esto es que la población presente enfermedades a muy temprana edad unas de ellas es sobrepeso u obesidad, diabetes, problemas cardiovasculares, en niños caries y trastornos alimenticios.

Un punto muy interesante es que la mercadotecnia juega un papel determinante en la psicología ya que el color del producto, su textura, el tipo de música hace que sea más llamativo el producto, hasta incluso los comerciales que pasa en televisión, radio, internet, hace percibir la calidad de una marca y sirve para que las personas pueden relacionarlo los recuerdos con los nombres de producto.

Cabe recalcar que la mercadotecnia tiene como ventajas y desventajas dependiendo en que ámbito laboral se encuentra, o que producto promocionan, ya que puede ser de gran importancia usarlo en el sector de salud promocionando la salud de una manera creativa ya que hoy en día hay muchos medios para promocionarla.

El tema de ética en la mercadotecnia es de gran importancia, ya que esto cubren las relaciones estándares de una mejor calidad, servicio al cliente y normas generales de ética.

La ética es una disciplina de la filosofía que estudia el comportamiento humano y su relación con las nociones del bien y del mal, los preceptos morales, el deber, la felicidad y el bienestar común. La función de la ética como disciplina es analizar los preceptos de moral, deber y virtud que guían el comportamiento humano hacia la libertad y la justicia.

La ética en la mercadotecnia consiste en reglas que la sociedad establece conforme a sus valores para decidir que está “bien” o “mal”. Es vital que los procesos sean éticos para poder dar una buena imagen de la empresa o producto. Según Ivan Thompson la mercadotecnia se define como un sistema total de procesos cuyo objetivo es identificar los deseos y las necesidades existentes en el mercado para así poderlos satisfacer de la mejor manera posible, intercambiando un producto o servicio al cliente a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa.

Es vital que los mercadólogos y sus colaboradores tengan un comportamiento ético y sean capaces de generar confianza, así creando relaciones con sus trabajadores, proveedores, pero más importante haciendo un lazo de confianza con sus clientes. La ética en la mercadotecnia va más allá de las leyes, hay ciertas actividades que son consideradas como legales, sin embargo, no éticas.

Mercadotecnia social se aplica a causas que personas en posiciones de poder y autoridad juzgan como benéficas tanto para el individuo como para la sociedad en general, el objetivo primordial es el cambio en el comportamiento para evitar el riesgo en el individuo. La mercadotecnia social busca el crear condiciones en la estructura social que faciliten los cambios en el comportamiento que se está promoviendo. La mercadotecnia social se caracteriza por tener el beneficio directo o indirecto de todas las partes que intervienen en los procesos de intercambio, es decir de los compradores, vendedores y de la sociedad en su conjunto, situación que incrementa las posibilidades de que las empresas y organizaciones que la implementen obtengan beneficios a corto, mediano y largo plazo.

En la actualidad, la mercadotecnia tiene una importancia vital en: la economía de empresas, organizaciones y naciones; en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y en la generación de empresas más competitivas y capaces de satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad.

Conclusión.

llego a concluir que la mercadotecnia involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, entre otras. Lo cual, para lograr éxito en una organización, la publicidad también juega un rol importante en dar a conocer a los futuros clientes los productos, la calidad de estos, se hace clave a la hora de tomar la decisión de adquirir o no un producto o servicio, cabe mencionar que su función principal es la satisfacción de necesidades de los clientes y personas.

Otro tema de gran importancia fue sobre como la ética influye mucho en la mercadotecnia considero que es importante que se aplique la ética en lo que es mercadotecnia ya que cuando se promueve un producto no debe ser ofensivo para la sociedad y de igual manera no engañar las personas.

La ética en la mercadotecnia se pueden percibir los beneficios que puede recibir una empresa por el uso de la mercadotecnia, claro que el uso de la ética limita en gran parte a los creativos y por eso se puede perder cierto impacto, mismo que genera las imágenes sexuales, lenguaje inapropiado o ataques directos a otras compañías. Sin embargo, pienso que, si se saca un balance, la balanza se inclinaría más para el lado de la ética y la honestidad. Es mucho lo que se puede beneficiar y de muchas formas como, por ejemplo, creando lazos de confianza y protegiéndose de la publicidad negativa.

Bibliografía: UNIVERSIDAD DEL SURESTE. (2021). Mercadotecnia nutricional. Comitán de Domínguez Chiapas: UDS.