

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

PLANTEL "VILLAFLORES"



***"MARKETING GASTRONÓMICO"***

ALUMNA: LÓPEZ MORALES DANIA BELÉN.

CATEDRÁTICA: HENNING FONSECA ANDREA DEL ROSARIO.

MATERIA: MARKETING GASTRONÓMICO.

SEMESTRE: 6°

VILLAFLORES, CHIAPAS A 12 DE JULIO DEL 2021

Frecuentemente se tienden a confundir las **ventas y la mercadotecnia**; la diferencia que éxito entre las dos, radica básicamente en que la **mercadotecnia** es un conjunto de actividades que se realizan para satisfacer las necesidades del cliente, mientras que las **ventas** son una actividad de mercadotecnia cuyo objetivo es vender, ignorando al consumidor.

	Ventas	Mercadotecnia
Enfoque	Productos.	Necesidades del cliente.
Medio	Ventas y promoción.	Mercadotecnia integrada.
objetivo	Utilidades a través del volumen.	Utilidades a través de la satisfacción del cliente.

**Orientación al producto:** Este es el tipo de orientación más utilizado en la antigüedad y sobre todo en comunidades pequeñas. En él destaca la idea de centrarse en el producto, la disponibilidad de recursos y las expectativas de la empresa para producir un bien o brindar un servicio y venderlo en las condiciones que le sean favorables a su criterio. No existe consideración mayor sobre los intereses o expectativas de los consumidores, ni por su experiencia o satisfacción con el producto o servicio.

**La mercadotecnia o marketing:** (tomado en préstamo del inglés), es el conjunto de técnicas y procedimientos comerciales cuyo objetivo es estimular la demanda de un bien o un servicio. Entre ellas se encuentra la publicidad, el diseño, el estudio de mercado y otras herramientas conceptuales que ayudan a adaptar la oferta a las necesidades o aspiraciones de sus consumidores objetivo.

Diferencia: es que uno se centra en el producto y las necesidades del cliente y el otro es darle publicidad, estudio del mercado para ver si el producto es de agrado de los clientes y así lanzarlo al mercado.