

UDS  
CAMPUS TAPACHULA  
LIC. EN NUTRICIÓN  
ANTONIO CABRERA RAMIREZ  
8VO CUATRIMESTRE  
4TO PARCIAL  
MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

DOCENTE :  
PATRICIA DEL ROSARIO LINA GUTIERREZ  
ENSAYO

## ¿Qué es la mercadotecnia?

Es un “conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda”, explica la Real Academia Española (RAE). La palabra mercadotecnia es la traducción del término “marketing”, por lo que también llega a ser conocida como mercadología o mercadeo.

Lograr posicionar un producto o una marca en la mente de los consumidores, es el objetivo principal de la mercadotecnia. ¿Cómo logran esto? Partiendo de las necesidades que tienen los clientes, para luego diseñar, poner en práctica y controlar todas las actividades de comercialización más oportunas para la empresa.

Las Bases de la Mercadotecnia: Publicidad, Promoción y Contenido. La publicidad y la promoción son aspectos fundamentales en cualquier estrategia de mercadotecnia. Ambas herramientas tienen como objetivo dar a conocer productos o servicios, aumentar las ventas y fomentar la lealtad del cliente

La importancia de el marketing permite que una empresa se dé a conocer y construya una reputación sólida en el mercado. Mediante estrategias de branding, publicidad y promoción, se logra que los consumidores reconozcan y confíen en la marca. Recuerda que las personas recuerdan y confían más en las marcas conocidas que en las que no.

La mercadotecnia ayuda a tener estrategias para mejorar la calidad de los productos y como pueden alcanzar la meta propuesta, así como los objetivos de venta que deben tener, cual es el límite de ventas que tiene para cada año, como pueden satisfacer a los clientes y la promoción que deben de tener.

Segmentar y conocer a nuestro público objetivo para conocer sus demandas y necesidades. Identificar las ventajas competitivas que nos diferencien del resto de nuestra competencia. Lograr un mayor posicionamiento como marca para alcanzar credibilidad y conectar con nuestros clientes.

La mercadotecnia es una disciplina que juega un rol muy importante en las empresas, dado que su objetivo es potenciar, fortalecer y mejorar el posicionamiento de las marcas en el mercado. Descubre más sobre las funciones del marketing en este artículo.

Para lograr su propósito general y los objetivos específicos de las diferentes estrategias, el marketing define algunas funciones. Enseguida te las compartimos y explicamos brevemente.

## **1. Investigación de mercados**

Esta es la primera función que tiene cualquier agencia de mercadotecnia y también es un tema imprescindible en cualquier plan de estudios universitario. Esta función incluye hacer estudios de mercado e investigaciones comerciales en el segmento de la industria en el que la empresa compete.

## **2. Promoción de la oferta**

Se trata de dar a conocer el producto o servicio a los consumidores. La clave de la promoción está en persuadir a la audiencia y ganar su confianza. Claramente, la oferta de productos o servicios debe satisfacer las necesidades reales de los clientes, por eso, la promoción está estrechamente vinculada con la investigación.

## **3. Diseño de productos y asignación de precios**

Otra función de la mercadotecnia y de la que no suele hablarse muy a menudo es el diseño de productos. En esta actividad, los expertos se encargan de los aspectos visuales de un producto, desde el nombre, el envase, los colores que se van a utilizar, entre otros elementos. Por otro lado, también se trabaja la asignación de precios a dichos productos en base con los resultados obtenidos previamente en la investigación de mercados.

## **4. Venta**

La idea final de cada acción de marketing es generar promoción, difusión y venta de los productos o servicios que la empresa ofrece. El proceso de ventas incluye identificar las necesidades de los clientes, definir la mejor forma de satisfacerlos, incentivarlos a la compra, invertir en un buen diseño y asignar un precio de venta justo, pero también competitivo.

## **5. Distribución**

La distribución también es una función de la mercadotecnia de la que no suele hablarse mucho, pero es sumamente importante porque coloca los productos en puntos de venta estratégicos. La distribución también trabaja con aspectos como los materiales, el almacenamiento, el transporte y otros aspectos de logística.

## **6. Servicios de posventa**

La atención posventa es imprescindible para que los consumidores se sientan emocionalmente conectados con una marca. Estos servicios impulsan la satisfacción de los clientes, facilita la comunicación, la confianza y el compromiso entre empresa-consumidor. Además, gracias a los servicios de posventa es que las empresas pueden recopilar información acerca de las necesidades de sus clientes, acerca del nivel de satisfacción, puntos de mejora y fortalezas.

Te recomendamos nuestra nota: Principios de posicionamiento de marca según Laura Ries.

La mercadotecnia actual es un sector con muchas vertientes, por lo tanto, vamos a encontrar funciones adicionales como las siguientes:

**Planificación:** las estrategias deben ser distribuidas en un lapso de tiempo y estableciendo un plan de acción dividido en acciones a corto y largo plazo. Presentar una planificación asegura que todo se cumplirá en tiempo y forma.

**Implementación:** con el plan de acción desarrollado, se deben asignar las tareas a cada miembro del departamento. Aquí es importante la eficacia de la comunicación entre ellos, para evitar confusiones y cualquier percance.

**Evaluación y control:** es importante seguir, evaluar y comprobar que las estrategias seleccionadas y ejecutadas se están desarrollando eficazmente.

En resumen, el marketing desempeña un papel esencial en nuestra vida cotidiana al influir en nuestras decisiones de compra, crear conciencia de marca, personalizar la experiencia del cliente, crear necesidades y agregar valor.