



Nombre de alumno: Jenifer Elizabeth Velasco Hidalgo

Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez Guillen

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Mercadotecnia Nutricional

Grado: 8° Cuatrimestre.

Parcial: 1.

Grupo: LNU17EMC0121- A

Comitán de Domínguez Chiapas, a 19 de enero de 2024.

Introducción

Como bien se sabe la mercadotecnia desempeña un papel de suma importancia en la vida cotidiana, ya que, influye mucho en las decisiones que tomamos a la hora de comprar; está ideada para implementar estrategias para mejorar los productos satisfactorios de necesidades. Mas adelante explicamos a fondo sobre que es, su ética, el enfoque que tiene; también se hablará sobre el marketing social y ecológico y por último se dará a entender como es actualmente.

La mercadotecnia es una actividad que los humanos utilizan para pretender satisfacer las necesidades de los consumidores mediante estrategias, le asignan un precio, los promueven y los distribuyen a los mercados con el fin de que cada organización logre sus objetivos.

Las nuevas tendencias de la mercadotecnia han hecho que se pierdan los hábitos alimenticios, los jóvenes a una edad temprana están presentando problemas de salud como el sobrepeso y obesidad, DM2, asma, problemas cardiovasculares y trastornos alimenticios, por lo mismo del sedentarismo que esta ha causado.

Los mercadólogos utilizan mucho en los anuncios la música para crear en el consumidor confianza, alegría o felicidad por el producto.

El enfoque debe estar orientado hacia los deseos del cliente para poder reconocer y satisfacer sus necesidades. El marketing debe empezar con una idea del producto satisfactor y debe terminar hasta que las necesidades del cliente estén satisfechas.

Ética de la mercadotecnia

La ética es el conjunto de normas de comportamiento generalmente aceptadas por una sociedad. En situaciones de conflicto de intereses suelen guiarse por: la mano invencible gobierno, y la mano del mercadólogo socialmente responsable.

Por lo tanto, es necesario que se sigan los lineamientos éticos que permitan competir con principios y valores morales teniendo en cuenta no solo los intereses propios sino también los derechos y necesidades ajenas.

Algunos problemas éticos que enfrentan los responsables del marketing son la publicidad falsa o engañosa, representación distorsionada de bienes, servicios o capacidad de la compañía; también las mentiras que le dicen a los clientes con el fin de conseguir una venta, garantías engañosas de productos o servicios, la invasión de la vida privada del cliente, engaños en el precio o cantidades menores en envases del mismo tamaño.

Mercadotecnia social

Este tipo de marketing debe considerar los deseos del consumidor, lo que requiere la empresa y los intereses de largo plazo de la sociedad y de los consumidores.

Marketing ecológico

El objetivo de este tipo de marketing es salvaguardar el medio ambiente, por lo que ha sido muy beneficioso para que las empresas establezcan percepción y lealtad al promover una causa popular, ya que al posicionar sus marcas como ecológicas, transmiten a la sociedad preocupación por el entorno.

La mercadotecnia en la actualidad desempeña un papel fundamental en la economía de las empresas, en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y sus necesidades.

Realizar negocios en la actualidad requiere de nuevos modelos de estrategia y practica del marketing. Por lo mismo de que el internet esta revolucionando la forma en que las compañías crean valor para sus clientes y cultivan relaciones con ellos.

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 y así poder satisfacer las necesidades del consumidor.

Con forme a los años los mercados van cambiando y las empresas que no lo entienden están destinadas a fracasar.

Conclusión

Por lo visto la mercadotecnia desarrolla un papel fundamental en nuestro día a día, ya que influye mucho en las decisiones que tenemos al comprar nuestros productos, también gracias a esto muchas personas cuentan con trabajo por el amplio mercado que llega a ver, es muy importante también que cada día se vayan actualizando con nuevas estrategias para las empresas sin dejar a tras las que tenían antes.

Bibliografía:

- ✚ Universidad del Sureste 2024. Antología de Mercadotecnia nutricional. Unidad 1. Recuperado el 19 de enero de 2024.