



Nombre de alumno: Alejandra Teresa Cansino León.

Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez Guillen.

Nombre del trabajo: Ensayo de la unidad 1.

Materia: Mercadotecnia Nutricional.

Grado: 8° Cuatrimestre.

Parcial: 1.

Grupo: LNU17EMC0121- A

Comitán de Domínguez Chiapas, a 16 de Enero de 2024.

“MERCADOTECNIA EN NUTRICIÓN”

En la actualidad, el proceso de comercialización ha cambiado tanto que se ha vuelto algo cotidiano, pues la llegada de la tecnología como el internet y aparatos electrónicos inteligentes podemos ver desde la televisión, computadoras, teléfonos o inclusive escuchar en la radio todos y cada uno de los anuncios y promociones de los productos del mercado. Todo esto es gracias a la mercadotecnia, pues mediante ella se puede lograr la promoción de productos con la finalidad de ampliar el mercado. Es por eso que en este ensayo, hablaremos acerca de la mercadotecnia, que es, cuáles son sus conceptos centrales, los tipos de mercadotecnia que existen, etc.

MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es un proceso de negocios ideado para satisfacer las necesidades del cliente pues se encarga de planificar y ejecutar lo que se va a vender, designarles un precio, promocionarlos y distribuirlos, es decir, se relaciona con las 4 P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción). Sin embargo, además de esto, la mercadotecnia se puede llevar a cabo de manera correcta, se deben contemplar las siguientes implicaciones:

- Enfoque: El sistema de negocios debe estar orientado al cliente para satisfacer sus necesidades.
- Duración: Debe empezar con una idea del producto satisfactor y no debe terminar sino hasta que las necesidades de los clientes estén completamente satisfechas.

Una vez sabiendo esto, podemos decir que la mercadotecnia puede ser considerada un arma comercial, puesto que, viéndolo desde otro punto de vista, es una forma de manipulación para que las personas adquieran un producto para satisfacer necesidades no necesariamente básicas.

ÉTICA DE LA MERCADOTECNIA

La ética en la mercadotecnia se refiere al comportamiento y valores con los que enfrentamos la toma de decisiones en cuanto a los negocios, pues estos se van adquiriendo desde del nacimiento y se va aprendiendo según el entorno en el que nos encontremos. En caso, nos referíamos a cumplir todo lo que se promete en el anuncio o promoción del servicio o producto que se está ofertando.

CONCEPTOS CENTRALES DE LA MERCADOTECNIA

Dentro de los conceptos más importantes que se encuentran dentro de la mercadotecnia podemos encontrar:

- *Necesidades:* Se refiere al estado de privación de algo que tiene una persona.
- *Deseos:* Se refiere a algo que se quiere o anhela una persona para poder satisfacer sus necesidades.
- *Demandas:* Se refiere a los deseos y/o recursos limitados.
- *Productos:* Se refiere cualquier cosa u objeto que ayude a satisfacer las necesidades de una persona.
- *Intercambio:* Se requiere al acto de obtener una cosa u objeto a cambio de otro.
- *Mercado:* Se refiere al conjunto de compradores y posibles compradores que se pueden obtener gracias a la venta de un producto.

MERCADOTECNIA COMERCIAL Y SOCIAL

- *Mercadotecnia en el punto de venta:* Este tipo de mercadotecnia tiene un punto de compra-venta, además de que busca la mejor estrategia de organización del establecimiento para poder tener mejores ganancias.
- *Mercadotecnia local:* Se refiere a la compra-venta de servicios y busca satisfacer las necesidades propias de la población, comunidad o lugar en el que se encuentre.

- *Mercadotecnia nacional:* Este tipo de mercadotecnia se basa en las 4 P's y esta enfocado a la expansión dentro del país.
- *Mercadotecnia internacional:* Este tipo de mercadotecnia se refiere a la capacidad de exportar un producto o servicio.
- *Mercadotecnia global:* Se refiere a la expansión del comercio a nivel mundial con fin de maximizar las utilidades y posibles importaciones y exportaciones.

Bibliografía:

- ✚ Universidad del Sureste 2024. Antología de Mercadotecnia Nutricional. Unidad 1. Recuperado el 16 de Enero de 2024.