



Mi Universidad

Ensayo

Nombre De La Institución: Universidad Del Sureste.

Nombre De La Materia: Mercadotecnia Nutricional.

Tema: Mercadotecnia En Nutrición.

Nombre De El Docente: Daniela Monserrat Méndez Guillen.

Nombre Del Alumno (a): Sandra Ramos Solís

Nombre de la Licenciatura: Nutrición.

Cuatrimestre: "8"

20/01/2024. Comitán De Domínguez.

Introduccion

Hoy en día desconocemos lo que es “Mercadotecnia Nutricional”, por ese motivo hablaremos mas adelante sobre, ¿Qué es?, ¿Para que sirve?, que tipos de definiciones podemos encontrar, ya que existe varias definiciones que son diferentes pero son de gran ayuda, ya que nos aportan conocimientos, hablaremos tambien de la ” Etica De La Mercadotecnia”, y por que es importante conocer sobre la etica y que conocimientos nos puede llegar aportar mas adelante. Por ultimo tenemos lo que es “Mercadotecnia Social” y “Mercadotecnia En La Actualidad”, ahí veremos que diferencia tiene estas dos.

Desarrollo

Hoy en día nos hemos hecho la pregunta, sobre ¿Qué es mercadotecnia nutricional?, este es un proceso social y administrativo por el cual el individuo y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y tener valor con otros. Pero la mercadotecnia no es solo un proceso social, si no también un sistema total de actividades de negocios ideado para poder planear productos satisfactorios de las necesidades que tengan una persona, ya sea los precios, promoverlos y poder distribuirlos a los mercados meta, a fin de poder lograr los objetivos de la organización. Esto es lo que trata la mercadotecnia poder hacer productos de calidad para poder venderlos a las grandes empresas que hay en el mercado, ya que la compañía decide lo que desea hacer con cada unidad de negocios usando la planeación estratégica. Por que de esto trata la planeación de marketing, ya que implica decidir las estrategias de marketing que ayudaran a la compañía a alcanzar sus objetivos estratégicos generales. Para poder llegar a todo esto necesitamos un plan de marketing detallado para cada negocio, producto o marca. De eso se encarga la mercadotecnia, es lo mismo que la mercadotecnia nutricional, ya que esta es un tipo de marketing de alimentos o bebidas mediante el uso de información nutricional relativa que tiene en la salud. El marketing nutricional también busca que se disminuya el consumo de grasas, colorantes, azúcares, sales y alérgenos, asimismo, nos incentiva la ingesta de alimentos saludables que cada vez van teniendo más personalización para atender dietas específicas, ya sea veganas, vegetarianas y ect, de esto trata la mercadotecnia nutricional. Ahora hablaremos sobre la ética de la mercadotecnia, como sabemos la ética es un conjunto de normas de comportamientos generalmente aceptadas por una sociedad, la ética en la mercadotecnia consiste en poder tomar decisiones de marketing de manera correcta, moralmente y precisa, teniendo en cuenta no solo el beneficio que se puede tener, ya sea empresarial o por otro motivo, si no la perspectiva moral que se pueda llegar a alcanzar y teniendo alcances sociales de sus acciones. Por eso es importante conocer sobre la ética en la mercadotecnia, para poder cumplir con cada una de ellas y no decepcionar a las empresas y personas, por eso es importante tener comunicaciones en el marketing ya que esto debe basarse en la verdad e integridad y tener en cuenta las consecuencias de las acciones de la empresa son responsabilidad de los directivos que están a cargo, por tanto, ellos deben animar a sus colaboradores a ser éticos y responsables, aparte de esto los marketeros deben de actuar con profesionalismo y la empresa deben de cumplir sus deberes en el intercambio comercial, esto es, entregar sus productos y servicios de acuerdo a las características, los precios y tiempos

prometidos, ya que la publicidad debe diferenciarse claramente del contenido de tipo noticioso, educativo o de entrenamiento, ya que los marketeros deben esforzarse por que sus acciones satisfacen a los grupos de interes de la empresa, clientes, empleados y proveedores, la empresa debe proteger la privacidad de sus consumidores, sus acciones de el marketing deberan ceñirse a la legalidad de cada pais, ya que en cada pais se maneja de manera distinta, la empresa debe dar respuesta oportuna a los reclamos que tenga los clientes y deben comunicar los valores de la cultura organizacional con los encargados de el marketing. En la etica de la mercadotenia se debe de evitar la publicidad engañosa y el uso de estereotipos, ya que esto, exagera sobre los beneficios de los productos y crea expectativas poco realistas sobre sus articulos, un ejemplo; seria las famosas hamburguesas de burger king, ya que en los anuncios muestra hamburguesas gigantes, doble carne, con rebanadas gigantes de cebolla y tomate, cuando en realidad no es asi, son pequeñas y las carnes no son de el tamaño que se muestra. En la mercadotenia social, conocido como marketing social, es un principio de marketing ilustrado que sostiene que una compañía debe tomar desiciones de marketing, considerando los deseos que tenga un consumidor y los requerimientos que necesite una compañía, y los intereses de largo plazo de la sociedad y de los consumidores que se tenga. En estos casos el marketing social es la responsabilidad social de una empresa ya que puede ser bastante compatible con el concepto de marketing, esta compatibilidad depende de dos cosas;

- Que tan ampliamente percibe una empresa sus metas de marketing y que dispuesta esta a poder invetir para poder lograrlo.

La mercadotencia social no solo busca la satisfaccion de los deseos y necesidades de los consumidores, el marketing ecologico es la aplicación del marketing en la gestion del entorno como estrategia competitiva de las empresas nace de la presion de los ecologistas por la escasez de los recursos naturales y por el impacto indirecto de las acciones de la produccion y consumo. Los ecologistas niegan el principio de la soberania del consumidor. El ultimo tema que hablaremos es la mercadotenia en la actualidad, es la que ha evolucionando de una manera tal que ha desarrollado tecnicas que nos llega a permitir que cualquier producto o servicio, cuente con un diseño y estrategia de distribucion que llegue a impulsar su éxito, y de esta manera, llegue a responder a las demandas que tenga del consumidor y asi poder lograrlo atraparlo y poder concretar a una venta, esto es lo que trata la mercadotenia en la actulidad, ser concisa y precisa en sus ventas.

Conclusion

Como pudimos ver en el tema de la mercadotecnia nutricional, es de suma importancia, ya que nos ayuda a conocer un poco de los productos y aparte de esto, contamos con la etica de la mercadotecnia y para que nos sirve y en que podemos utilizarlo, ya que en todo la etica es de suma importancia, ya que nos habla de moral y eso debe de haber en los productos que nosotros consumamos, en los dos ultimos temas hablamos de la mercadotecnia social y la importancia que tiene y la mercadotecnia ecologica y como se trabaja y por ultimo la mercadotecnia en la actualidad, de todos los avances que se han hecho durante estos años y que son importantes para el ser humano.

Referencias.

- 1- <https://www.onaliat.mx>
- 2- <https://global.tiffin.edu>
- 3- <https://www.eumed.net>
- 4- <http://scielo.iscii.es>
- 5- <https://rockcontent.com>