



Nombre del alumno: Alejandra Pérez Gómez

Materia: Mercadotecnia nutricional

Actividad: Ensayo

Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 8o

Comitán de Domínguez, Chiapas; a 20 de enero de 2024.

La mercadotecnia en tiempos pasados a tomado un giro bastante amplio que se a convertido en una característica regular de nuestras vidas, en donde busca llegar a la satisfacción de los consumidores a través de estrategias que respondan a las necesidades.

Muchas veces pensamos que en el ámbito laboral no influye con la mercadotecnia, por lo que no solamente se trata de vender si no de entender lo que hay detrás de las ventas y servicios, para motivar e incentivar. Por otro lado tenemos otros factores que influyen en este ámbito como la creatividad que tiene como propósito estar presenta para que allá una estrategia.

Para tener un concepto concreto de la mercadotecnia se define como un proceso de sistema entero en actividades de negocios las cuáles deben orientarse al cliente, basandose en las satisfacciones y necesidades asignandoles precios, promoverlos y distribuirlos a los mercados.

Sería entonces una arma secreta que se utiliza en el sistema comercial mediante la manipulación de individuos encargados de planificar y ejecutar todas las actividades como son: producto, plaza, promoción y precio.

La mercadotecnia se divide en dos, comercial y social en donde la comercial tiene como prioridad la compra y venta en donde ambas partes tienen en comun la compra y venta en la organización de compra y venta.

Dentro de ello vamos a ver la mercadotecnia global en el comercio esto con el fin de maximizar importaciones, exportaciones a nivel mundial dando así mas crecimiento y posibilidades, se presentan dos enfoques uno es en mercado de consumo y otro el industrial ambos con la finalidad de bienes, productos y servicios. Los cuales llegan a ser tangibles e intangibles teniendo la capacidad que otros países tienen para intercambiar dichas situaciones ya comentadas cumpliendo estas con especificaciones micro y macroambiente; en base a la mercadotecnia nacional va depender de las siguientes cuatro cosas que son: plaza, producto, precio y promoción iniciando con el producto que es muy importante para la sociedad ya que es capaz de satisfacer un deseo una necesidad en la vida cotidiana.

- Producto

Mezcla de productos: es la lista completa de todos los productos que una empresa ofrece al consumidor. La estructura de la mezcla tiene dos dimensiones: de amplitud y profundidad.

- Precio

Las políticas de fijación de precios deben dar origen a precios establecidos en forma consciente, de tal manera que ayuden a alcanzar los objetivos de la empresa.

- Promoción

Los elementos más importantes que se incluyen en la estrategia promocional dentro de una organización comercial, industrial o de servicios

- Plaza

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

La aplicación del marketing en la gestión del entorno de estrategia competitiva de las empresas empieza a nacer de las ecologistas por la escasez de recursos naturales y por las acciones de producción y consumo. Se considera que para producir los productos que demanda el mercado se deben implementar recursos limitados por lo que generará un costo socioeconómico dando el impacto de cualquier producto sobre el resto de la sociedad considerado socio-técnico-ecológico.

La era digital ha cambiado las opciones de los clientes sobre la comodidad, velocidad, precio, información del producto y servicio, por lo que hoy en día el marketing demanda nuevas formas de razonar y actuar conforme las campañas deben conservar las habilidades y prácticas que les han funcionado en el pasado y sobre todo añadir nuevas técnicas y capacidades para poder prosperar en el medio digital de hoy en día.

Las actividades de la mercadotecnia contribuyen en forma directa a la venta de los productos de una organización, creando oportunidades para realizar innovaciones y de ello satisfacer de manera más completa las cambiantes necesidades de los consumidores con mayores utilidades para la empresa.

La falta de utilidades afectaría en adquirir materias primas, contrataciones de empleados, mayor capital y la fabricación de productos, es muy común que la sociedad visualice el marketing como innecesario por fomentar el consumismo.

Los mercados suelen ser cambiantes y las empresas que no están enteradas suelen fracasar por lo que ya no es suficiente con adaptar el satisfactor, sino que se debe considerar las actividades que lo acompañan

Concluyendo esta información la mercadotecnia es fundamental emplearla en nuestra vida cotidiana ya que podemos lograr muchos beneficios que satisfacen nuestras necesidades, pero saber paso a paso los requerimientos y oportunidades que está ofreciendo, como vimos anteriormente el impacto tan grande que tiene en la sociedad.

Bibliografía

Universidad del sureste, antología de Mercadotecnia nutricional. recuperado el 20 de enero del 2024.