

RESPONSABILIDAD DE CONSUMO

Antonio Rey Tamayo Neyra

Un impacto que muchas de las industrias en México ocasionan en la actualidad está basada con un sentido de estudio que llevará a la comunidad a ocuparse de nuevos modelos para el consumismo, es decir, valorar las acciones industriales con el sentido de la responsabilidad para crear un concepto de compra positiva y causante de un impacto consecutivo de las acciones de responsabilidad social que la empresa pueda ocasionar en dicho sector del mercado.

En México, y como experto en el tema de la responsabilidad social, generamos muchas de las dudas que los expertos o lectores puedan caer por el carácter de cómo se genera la intención o idea que seguir apegado a una marca o servicio; que una industria pueda ofertar en el mercado ajeno al

precio y las competencias que este pueda tener.

Muchas de las acciones que se consiguen en la actualidad en el mercado está ocupado por el nuevo panorama de que las generaciones de consumidores han cambiado y proyectado un nuevo elemento que tendrá como idea central el reflejar un sentido de humanismo y responsabilidad.

Con este nuevo modelo de negocios que las empresas están ocupando en el territorio mexicano, muchos de los consumidores actuales están basado en un estricto sentido de identificación o apego a la marca o servicio por las buenas labores que la empresa pueda ocasionar para la conservación y mejora de los procesos ambientales y de comunidad general.





En México los trabajos de las empresas nacionales y extranjeras están siendo en un sentido responsable, socialmente hablando, donde muchas generaciones están llegando al mercado con la identificación por la creación de nuevos modelos de ventas que permiten una cercanía con quienes están en busca de ofertas convincentes en el mercado.

Debido al cambio generacional en este siglo, muchos mexicanos están basados en el sentido de la observación de las acciones responsables y sociales que las empresas generan para su impacto, es decir, que el consumo general de los productos de muchas de las industrias en México está guiado con este nuevo proceso de aceleración de compra por la identificación de nuevos modelos de apoyo social que las industrias presentan.

En la actualidad, muchos expertos han buscado la idea de identificar bajo que parámetros la responsabilidad del con-

sumo llega a las empresas, únicamente por ser un impulso, una necesidad o una identidad con quien oferta el servicio en el mercado.

Es ahí cuando se está ocasionando mayores oportunidades para que las empresas puedan dar un seguimiento a lo que hoy se convierte en la tendencia principal para las industrias en México como mecanismo de acercamiento con el público consumidor.

Es decir, que bajo los nuevos conceptos de la industria y de las variantes que la sociedad puede figurar con la identificación de estos nuevos modelos de trabajo para el impacto social, está la responsabilidad con la cual el consumo está presente; esta, figura de dos tipos. El primero, está basado en un sentido de identificación con las labores de responsabilidad social que maneja con la marca y que, este, ocasiona un apego entre el consumidor y el producto.

Antonio Rey Tamayo Neyra

El segundo, está basado con el interés de consumir por parte de un sector, el cual tiene en su sentido de compra la responsabilidad de la necesidad, es decir, por qué comprar, si en realidad es una necesidad que se tiene que cubrir o únicamente resulta ser un impulso por el cual se maneja el proceso de adquisición de un producto o servicio con la empresa.

Hoy, se conoce que la generación de "millennials" está con el alto potencial de consumo, muchos de ellos con una exigencia única que lleva a las empresas a tener que presentar nuevos conceptos para su manejo y proyección en el trabajo conjunto entre la administración y la mercadotécnica para ocupar de un resultado positivo y único en este nuevo sentido de consumo.

Lo que termina por ser cierto, es que, mucho de los consumidores actuales están centrados en la idea de seguir identificando las acciones de responsabilidad, de ocuparse de servicios o productos bajo una necesidad que tendrá a bien cubrir, del contrario, para el sector de consumidores esto se vuelve un gasto innecesario.

Es ahí cuando las estrategias comerciales hacen efecto, por ello, el sentido de la responsabilidad del consumo está en un balance y análisis por muchos expertos en el sector empresarial, puesto a que se buscará mantener la relación para que el público pueda seguir identificando la marca o servicio con una acción socialmente responsable.



Antonio Rey Tamayo Neyra

Muchos cambios en la generación llegaron a causar que el plan administrativo de una empresa pueda seguir evolucionando, creando e identificando mucho al mercado con la idea de estar con la vinculación de una acción y la responsabilidad del consumo actual en el proceso de acercamiento con nuestros beneficios ofertados en el mercado.

México como nación de muchas asignaturas encargadas de conseguir resultados favorables, tiene un único sentido para su elaboración de trabajos mercadológicos y responsables para ocuparse de una buena estrategia comercial que cumpla con la oportunidad de observación y aceptación con el mercado actual.



La tecnología y la exigencia social que se genera en la actualidad, tienen a las industrias de nuestro país en un proceso de innovación y generación de modelos que permitan el acercamiento a un sector muy exigente en el consumo, que la responsabilidad de la compra pueda ser eficaz y beneficioso para ambos sectores

Una década de mucho cambio llegó a nuestra nación, lo cual ha llevado a las empresas a seguir en el proceso evolutivo y ocasionar que más oportunidad de identidad con la marca puedan ser posibles a través de los modelos actuales de marketing y comunicación ante un proceso responsable social que éstas tendrán que generar con mucha constancia.

Antonio Rey Tamayo Neyra

El sector consumidor en México está siendo exigente, con mayores indicadores para sus acciones de compra de muchos productos en la actualidad, que el sentido de la responsabilidad en el consumo sea efectuado debido a la alta oferta en el mercado y la poca satisfacción que se puede generar con un ajeno apego de la responsabilidad, es ahí, cuando las estrategias comerciales tienen un reto interesante para seguir proyectando mayores beneficios con las empresas y el consumidor.

Antonio Rey Tamayo Neyra

