


- 
- Materia: Mercadotecnia.
 - Cuatrimestre: 8vo.
 - Alumno: Airy del Rosario
Bautista Guillén.

Mercadotecnia en nutrición.

La mercadotecnia es una actividad de libre comercio en la cual, podemos globalizar y expandir nuestros productos, mediante intercambios. Dentro del libre comercio el factor primordial son los consumidores, ya que mediante ellos se encuentra el movimiento y no menos importante el proveedor y el producto. Dentro de la mercadotecnia la ética es muy importante, ya que sin ella no habría una garantía de calidad.

La mercadotecnia no solo nos ofrece productos, también servicios, servicios religiosos, políticos, culturales, privados y públicos, en fin, abarca una variedad impresionante y esto es lo que hace mas grande el consumismo sin quitarle créditos a la promoción y la plaza de la que gocé el producto.

1.1 ¿Qué es la mercadotecnia?

La mercadotecnia es una actividad humana que pretende satisfacer las necesidades como lo menciona Phillips Kotler. Si bien, también podemos decir que la mercadotecnia es una arma de doble filo, puesto que sirve al gobierno para manipular y desviar nuestra atención.

A lo largo del tiempo nos damos cuenta como la sociedad va cambiando según nuestro entorno y las innovaciones que nos ofrece el mercado, y aun que esto no es de gran ayuda para nuestra salud puesto a que todo el marketing referente a la alimentación esta centrado en la comida rápida, nosotros como consumidores somos quienes le damos el poder al mal uso del marketing, es decir por que ceder nuestra atención a las frituras, golosinas, bollería y a toda la comida chatarra en general cuando sabemos lo perjudicial que resulta para nuestra salud, parece sorprendente aun a pesar de las enfermedades que padecemos y la poca importancia que le damos a nuestra alimentación siendo un factor primordial para el cuidado de estas.

En México como en otros países la mala alimentación es el principal factor de obesidad y sobre peso, dado a la poca importancia que le dan a la nutrición, y en primer plano el mal ejemplo de la familia y de la sociedad en general. No podemos dejar caer todo el peso sobre la mercadotecnia, por que finalmente

somos nosotros quienes deciden que consumen y que no. Tenemos el claro ejemplo del nuevo etiquetado nutricional, que nos marca el exceso de calorías, azúcares y grasas, mas sin embargo cuanta gente ignora o pasa desapercibido ese importante dato, y se ve reflejado el poder del marketing en el consumismo.

Una edad importante para poder influenciar en el carácter y decisiones de las personas es la edad preescolar, dado a que apenas se están forzando y suelen repetir comportamientos y conductas de las personas mas cercanas a ellos, es por eso que es importante inculcar buenos hábitos y forjar una buena comunicación para evitar problemas futuros.

1.2 Ética de la mercadotecnia.

La ética es la ciencia que estudia la conducta humana.

Guiándonos de esto, podemos recalcar que la educación con que se trate a los consumidores es fundamental.

Aun que muchas veces y para muchas empresas esto sea algo que pase a segundo plano, debido al abuso de poder. Las empresas o en algunas ocasiones el gobierno manipula el marketing para dar un mensaje contrario a lo que la sociedad necesita, y consumir el producto si o si. Aun que esto no es nada ético en muchas ocasiones suele pasar y como abuso de poder no obtienen la sanción que merecen.

1.3 Mercadotecnia social.

La mercadotecnia social pretende conocer a fondo las necesidades de los consumidores, siendo esto el medio para promover sus productos o servicios. También suele ser amigable con el ambiente proyectándose como la mejor opción del mercado y no mostrándose invasivo para los consumidores y el ambiente.

La ecología ha tomado un papel muy importante en la actualidad, debido a los desastres naturales que se han presentado y la extinción de reliquias naturales.

1.4 La mercadotecnia en la actualidad.

En la actualidad todo se mueve a través de la tecnología, estamos en la “Era digital” y dado a esto la mercadotecnia tiene que innovar, es decir, sabemos que la mercadotecnia es causal, que se adapta a las ocasiones.

La mercadotecnia en la actualidad es digital, facilitando la adquisición de los productos con mayor comodidad, sin tener que salir de casa, y con solo utilizar el internet de por medio.

Esto ha sido de gran ayuda debido a la pandemia que hoy en día estamos pasando. También la publicidad es de manea digital, utilizando aun mas la creatividad para captar la atención de los consumidores.

La mercadotecnia es una gran herramienta para influenciar en los consumidores, solo es cuestión de saber hacer buen uso de ella y no dejarse llevar del todo por el marketing mediocre que nos ofrece ocasionalmente.

Como estudiante de nutrición y pensando en mejorar los hábitos alimentarios, la mercadotecnia seria de gran ayuda, compartiendo lo necesario y fomentando la educación nutricional, para que aunado al ejercicio disminuya la prevalencia de obesidad y sobre peso con mejorías en patologías invasivas y evitando el desarrollo de un gen patológico perjudicial.

