



**Nombre del alumno: Daniela calderón Sánchez.**

**Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez Guillen.**

**Nombre del trabajo: Ensayo.**

**Materia: Mercadotecnia nutricional.**

**Grado: Octavo cuatrimestre.**

**Grupo: "A"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de enero del 2021.

Mercadotecnia en nutrición.

El impacto que ha venido trayendo la mercadotecnia es muy grande, sin embargo en los últimos años aún más, esto porque tiene más herramienta y puntos donde puede hacer publicidad, (internet, celular, laptop), esta estrategia de mercadotecnia trae consigo problemas muy graves en la salud, la mala alimentación y el sedentarismo se apodera de jóvenes y niños, como consecuencia sube el número de personas con sobrepeso, obesidad, enfermedades cardiovasculares entre otras. El objetivo de las industrias es llegar a niños y jóvenes porque son estos los más fáciles de convencer en cuanto el contenido y “beneficio” de un producto, es muy común ver en la actualidad a niños de entre 2-18 años con un celular o con televisión en su cuarto, los niños y la juventud menor de 18 años constituyen más del 20% de los que usan internet.

La mercadotecnia es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes, como ventaja claro que es bueno que las grandes industrias y empresas busquen posibilidades y técnicas que hagan que el producto sea más fácil de adquirirlo, sin embargo una de las grandes desventajas es que la mayoría de estos vendedores nos ofrecen productos con la mitad real y la otra inventada o falsa. Son tantas las estrategias y más de alguna vez caemos en eso, en la televisión los alimentos con alto contenido en azúcares se presentan con comerciales y música llamativa, para los niños con súper regalos de caricaturas famosas, en las tiendas lo primero que nos presentan es lo innecesario, la comida chatarra, enlatado, embutido, al final se encuentra las frutas y verduras, un claro ejemplo de la Coca-Cola es que si compras el frasco de 200ml te sale en 15 pero si compras en de 500ml te sale a solo 17 pesos, todos los días nos enfrentamos a grandes monstruos de la industria alimentaria, quienes nos ofrecen gran variedad de

insuficiencias alimentarias, trayendo así diversas dietas que son altas en calorías y otros componentes tales como grasas saturadas y bajas en nutrimentos. Dentro de la nutrición la mercadotecnia puede ser una amenaza pues en la actualidad tiene un gran impacto, con la llegada de las tecnologías como internet, celular, las estrategias de la industria se han movido más allá que solo anuncios por televisión, ampliaron sus opciones y ahora dan promoción de sus productos por internet o más personalizado, es por esto que el objetivo de las industrias y grandes empresas están enfocados en niños y jóvenes, , es muy común ver en la actualidad a niños de entre 2-18 años con un celular o con televisión en su cuarto, los niños y la juventud menor de 18 años constituyen más del 20% de los que usan internet, con estas grandes tendencias que nos trae la mercadotecnia se están perdiendo totalmente el buen estilo o hábito alimenticio, los niños solo quieren consumir alimentos altamente en azúcares y grasa, trayendo con esto patologías como sobrepeso, obesidad, enfermedades cardiovasculares, enfermedades respiratorias, caries, trastornos alimenticios entre otras muchas complicaciones.

Algunas industrias o dentro de mercadotecnia también se enfrentan a una amenaza con sus técnicas de venta pues se enfrentan a dilemas morales y éticos, según Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (1998) Los mercadólogos concienzudos enfrentan muchos dilemas morales y, a menudo, la mejor solución no queda clara, debido a que no todos los directores tienen una sensibilidad moral muy marcada, las compañías deben desarrollar políticas corporativas de ética de marketing- extensos lineamientos que todas las personas de la organización deben seguir-. Estas políticas deben cubrir las relaciones con los distribuidores, los estándares de calidad, el servicio al cliente, la fijación de precios, el desarrollo de producto, y normas generales de ética. Según Stanton, William J., Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. (2007) La ética es el conjunto de normas de comportamiento generalmente aceptadas por una sociedad. Tenga en cuenta que la ética va más

allá de las leyes que establecen las reglas mínimas que una sociedad conviene cumplir. Así, es posible conducirse legalmente, pero estar, no obstante, fuera de la ética. La tentación de actuar de un modo éticamente cuestionable puede ser muy fuerte, en particular cuando ese comportamiento pueda tener recompensas. Y es que esto queda claro en los grandes enfrentamientos que tenemos tanto nosotros los consumidores y ellos como vendedores, sin embargo siempre habrán productos ofensivos y con información no válida, es por esto de gran importancia conocer cada vez más sobre cómo llevar correctamente una buena alimentación. Dentro de esto también entra la mercadotecnia social, Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (1998) nos dice que el Principio de marketing ilustrado que sostiene que una compañía debe tomar decisiones de marketing considerando los deseos del consumidor, los requerimientos de la compañía, y los intereses de largo plazo de la sociedad y de los consumidores.

Como bien hicimos mención anteriormente la mercadotecnia social se presenta de manera digital, es decir, que gracias a la tecnología y el internet las ventas se prueben así, por medio de varias plataformas, App y aplicaciones. El fin de la mercadotecnia es lograr satisfacción en los clientes, comprar, vender o desear algo, esto ha venido sucediendo desde épocas pasadas, cuando eran los intercambios, tianguis o plazas pequeñas, en donde se comercializaba toda clase de productos como los alimentos, en la actualidad la mercadotecnia claro que debe buscar nuevas estrategias, puntos de venta y publicidad, esto por la gran competencia y las necesidades del consumidor. Siempre estaremos expuestos a productos que nos ofrece la mercadotecnia, con publicidad verídica y no verídica, es ahí donde comienza la enseñanza de alimentos desde la edad temprana y no caer y publicidades falsas y dañinas también para la salud. Creo que la mercadotecnia como materia dentro de un plan de estudios universitario es de mucha importancia pues como

futuros profesionistas podemos enfrentarnos a la necesidad de crear nuestra propia empresa o un empleo donde se requiera de conocimientos básicos de esta, pues nos brinda las herramientas teóricas y prácticas para desenvolvemos como verdaderos profesionales dentro y fuera de nuestra área de trabajo.

UDS. (2021.). ¿Qué es la mercadotecnia?, Ética de la mercadotecnia, Mercadotecnia social y La mercadotecnia en la actualidad. En UDS., *Mercadotecnia nutricional*. (págs. 9-20.). Comitán De Dominguez Chiapas. .