



Mi Universidad

Super Nota

Nombre del Alumno: Alejandra Villa Domínguez

Nombre del tema: Mercadotecnia en nutrición

Parcial: I

Nombre de la Materia: Mercadotecnia nutricional

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 8°

¿Qué es la mercadotecnia?

Proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros.



El patrón de alimentos que se comercializan en la actualidad y que se ponen en las manos de todos, se caracteriza principalmente por ser de alto valor calórico y azúcares, sal, grasa además de ser bajos en nutrimentos esenciales.



El impacto que está teniendo el uso de la mercadotecnia y otros medios para ofrecer alimentos están influyendo en gran manera en los hábitos alimenticios de la población joven.



El proceso de comercialización comienza desde temprano en la vida. Los niños y niñas comienzan a desarrollar habilidades, comienzan a sociabilizar y por ende a consumir.



En los anuncios de televisión utilizan música y canciones familiares para que la gente pueda percibir la calidad de una marca de fábrica y sirva para que los niños puedan relacionar los recuerdos con los nombres del producto.



Ética de la mercadotecnia

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.



Los mercadólogos suelen guiarse por dos manos: la mano invisible gobierno y la mano del mercadólogo socialmente responsable.



La ética se refiere a los principios o valores morales que generalmente gobiernan la conducta de un individuo o un grupo.



Dentro de las decisiones en los negocios que enfrentan mayores dilemas éticos se encuentra las actividades de mercadeo, tanto de forma individual como organizacional.



Los mercadólogos se encargan de la dirección de la demanda, tratan de influir en su nivel, tiempo y composición, con la finalidad de cumplir con los objetivos de la organización.



Mercadotecnia social

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.



Marketing ecológico (verde): La aplicación del marketing en la gestión del entorno como estrategia competitiva de las empresas nace de la presión de los ecologistas por la escasez de los recursos naturales.



Los ecologistas consideran que el marketing ha olvidado el costo social del consumo y el impacto que tiene sobre el entorno el crecimiento cuantitativo del consumo de bienes y servicios.



Marketing verde (green marketing): es el marketing de productos que se presume se encamina a salvaguardar el medio ambiente.



El marketing verde también se ha vuelto una forma importante para que las compañías establezcan percepción y lealtad al promover una causa popular.



Universidad Del Sureste. (2022). *Antología de mercadotecnia nutricional*. Pdf.
Recuperado de [c059d79f85ea8f1f9d9020a9a28c4bca-LC-LNU801.pdf](#)
([plataformaeducativauds.com.mx](#))