



Diego Jiménez Villatoro.

**L.N. Daniela Monserrat Méndez
Guillén.**

Ensayo.

Mercadotecnia nutricional.

PASIÓN POR EDUCAR

Octavo cuatrimestre.

Nutrición – A.

Comitán de Domínguez Chiapas a **20 de enero de 2024.**

Mercadotecnia en nutrición

Hablaremos sobre la mercadotecnia enfocada en la nutrición, para iniciar a hablar sobre este tema, que por cierto no es tan reciente, ya que la mercadotecnia inicia desde los primeros principios de civilización, donde no había una moneda pero intercambiaban bienes y servicios, denominándose “trueque”, no fue hasta los años 1990 aproximadamente que empezaron a darle definiciones específicas, la mayoría de estas definiciones la entienden como un proceso social llevado a cabo por individuos o grupos.

Una vez teniendo un pequeño antecedente sobre la mercadotecnia, ahora la aplicaremos en México, donde gracias a la mercadotecnia en productos tanto buenos como perjudiciales a la salud, esta misma se ha visto en decadencia, con una mercadotecnia mayor, los índices de sobrepeso y obesidad han aumentado en los últimos años, al igual que otras enfermedades crónicas, como la diabetes, hipertensión, entre otras. Si se preguntan qué tiene que ver la mercadotecnia con el aumento de las enfermedades, están altamente relacionadas, ya que, gracias a esta mercadotecnia, productos dañinos hacia la salud, ya llegan a todos los rincones del país, podrá no haber ni señal de celular, pero estos productos estarán en la mesa de cualquier casa mexicana, esto ha cambiado las culturas y costumbres de muchos lugares.

No todo es malo, también tenemos el lado bueno de la mercadotecnia, este es la promoción hacia los buenos hábitos alimenticios, donde se busca mejorar la calidad de vida de la sociedad, esto es un gran desafío ya que se debe de combatir

significativamente con la ignorancia sobre cómo cuidar de nuestro cuerpo, por eso es que a veces la mercadotecnia es usada de mala manera, se podría decir de cierta manera que la usan sin ética, otro tema interesante dentro de nuestra materia, la ética en la mercadotecnia, como en todo, se debe de llevar con ética, la ética es actuar de buena manera sin hacerle daño a nadie, directa o indirectamente, mediante estas prácticas se busca crear relaciones honestas, seguras y responsables con el consumidor. Se deben de incorporar en la mercadotecnia los valores y principios morales de la empresa en los procesos de difusión, comunicación y concientización de una oferta comercial. Un ejemplo de mercadotecnia mala, sin ética ni respeto a los consumidores, algo que vemos en todo lado "HERBALIFE".

Para ir cerrando sobre este tema que es muy extenso, para mí, la mercadotecnia en México, y en nuestro estado, Chiapas, ha tenido un alto impacto en la manera de alimentarnos, convivir e incluso de comunicarnos, en el momento de alimentarnos, ya que ahora en nuestra mesa hay muchos productos lejanos de nuestra región, al convivir, porque ahora hasta la manera en la que realizas una fiesta, se ve influido por la mercadotecnia, al igual que como hablamos, ya que ahora si lo vemos en un anuncio, se vuelve nuestra palabra favorita. La mercadotecnia es un arma de doble filo para cambiar los hábitos de las personas.

Bibliografía:

Universidad del sureste. *Antología mercadotecnia nutricional* (p 9 -20).