

Nombre de alumno: Alicia Marqueni Morales Santizo.

Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez.

Nombre del trabajo: Ensayo.

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Mercadotecnia nutricional.

Grado: 8vo. cuatrimestre.

Grupo: "A"

Introducción:

En este ensayo se plasmará todo lo entendido acerca de lo anteriormente leído sobre la unidad 3 de la antología donde se mencionan temas acerca la comunicación en nutrición, como son negociación y venta, marco legal, rótulos nutricionales, considero que estos son temas muy importantes ya que son cosas que nos van a servir a lo largo de nuestra carrera, debido a que tiene gran relación con la nutrición.

Comunicación en nutrición

3.1 Negociación y venta

La negociación es un proceso donde se crean opiniones y posiciones, puede darse entre dos o más partes, buscando encontrar beneficios para ambas personas o el grupo de personas, a manera de que puedan establecer una relación para realizar la negociación.

Las ventas son un proceso que dan gran funcionamiento a las empresas, ya que forma parte de la movilización de distintos productos o servicios que se encuentran en el mercado.

Que tiene como objetivo mejorar la relación del cliente con el asesor, buscando cumplir las necesidades y creencias que el cliente espera o tiene.

La negociación es un periodo de transformación en el proceso de la venta, donde el vendedor y el comprador tienen una plática amena, relacionada con el producto para que de esta manera puedan llegar a un acuerdo, la persona que compra se orienta a lo que necesita, mientras que el vendedor distingue dicha información para que de esta manera pueda mostrar los beneficios que puede ofrecer a su cliente de acuerdo con el producto o servicio que está vendiendo.

El proceso de negociación y venta suele ser más particular de lo que parece, ya que hemos escuchado a personas haciendo un “trato” en lugares como la casa, escuela, trabajo, en diferentes partes de nuestro entorno,

Existen procesos formales de venta, que tiene como finalidad que una empresa aumente sus ventas, en las ventas existe un proceso o etapas que son las siguientes:

- Buscar clientes
- Iniciar relación
- Calificar al cliente en perspectiva
- Presentar el mensaje de venta
- Cerrar la venta
- Dar servicio a la cuenta

Prospectos de clientes

Es muy importante que se busquen clientes nuevos, el talento que una persona tiene para buscar nuevos clientes puede ser algo que le destaque de los demás vendedores, como un vendedor exitoso.

Inicio del trato

Saber quién de los vendedores tiene mayor eficacia para mantener el proceso de compra y quien será la persona que compre el producto.

Calificar los prospectos

Los vendedores deben determinar si el cliente cuenta con las características como un cliente que valga la pena tener, si la persona o cumple con estas características, el vendedor no querrá perder tiempo, por lo que buscara otro comprador en quien valga la pena invertir su tiempo.

Presentación del mensaje de ventas

La presentación de la venta es el comienzo del proceso de ventas, el vendedor es el encargado de brindar información acerca del producto o servicio que está ofreciendo.

Cerrar la venta

Se trata de tener el consentimiento final de la compra, aunque regularmente los vendedores suelen perder el contrato o al cliente en esta rampa final.

Servicio a la cuenta

El vendedor se tiene que encargar de dar información, servicios y ayuda a los compradores para que de esta manera puedan garantizar la satisfacción del cliente y puedan volver a comprar con ellos.

3.2. Marco legal

Existe una ley mexicana donde se asegura a la persona consumidora de algún producto, ya que de esta manera pueden garantizar que protegen a la persona que consume o compra productos, conocida como la Ley Federal de Protección al Consumidor, también existe la Ley General de Salud teniendo un reglamento en materia de Publicidad, de la misma manera con la Ley Federal de Radio y Televisión.

De la misma manera existen artículos donde exigen honestidad a las personas que realizan los productos para sus clientes, que no haya engaños o errores en los productos, ya que de ser así, se tomaran decisiones legales como son la suspensión de información o publicidad que o cumpla con lo que promete.

La procuraduría debe ser la encargada de proteger a la población contra la información no verdadera.

3.3 Rótulos nutricionales

Los rótulos nutricionales son descripciones que tienen el fin de brindar información a los consumidores a cerca de las propiedades nutricionales que el producto ofrece a la persona que lo consume, donde destacan:

- Valor energético
- Nutrientes
- Entre otros.

Según la organización mundial de la salud (OMS) existe un aproximado de 32.8% de la población mexicana que sufren de obesidad, donde existe mayor porcentaje en mujeres que en hombres, quedando con un 32% son mujeres mientras que el 20% son hombres.

se asegura que esto se da por los malos hábitos alimenticios y de la misma manera por la falta de ejercicio.

Etiquetado frontal nutricional

Este tipo de etiquetado tiene como finalidad mostrarles a las personas cuando un alimento no es saludable, señalado su exceso de ingrediente, y de esta manera dependerá de cada persona si decide consumirlo aun sabiendo que no es un producto saludable.

Conclusión:

La información que la antología tiene acerca de los etiquetados y de los productos, sobre todo de las leyes que están relacionadas con los productos, son muy importantes para nosotros que somos estudiantes de nutrición, ya que son temas que con el paso del tiempo se van actualizando.