



**Nombre de alumno: Jesimiel Ortega  
Gómez**

**Nombre del profesor: Daniela  
Montserrat Méndez Guillen**

**Nombre del trabajo: ensayo unidad 3  
Materia: Mercadotecnia nutricional**

**Grado: 8tvo Cuatrimestre**

**Grupo: "A"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de marzo de 2021.

## INTRODUCCIÓN

A través de este escrito hablaremos los temas como lo es negociación y venta, marco legal y rótulos nutricionales.

Hablar de negociación y venta, pues es definir que es la negociación y se entiende que es un trato, aunque es un esfuerzo de interacción orientado a generar beneficios. Sus objetivos pueden ser: resolver puntos de diferencia, ganar ventajas para una persona o grupo, diseñar resultados.

Venta son actividades relacionadas con la cantidad de bienes vendidos en un período de tiempo determinado. La entrega de un servicio por un costo también se considera una venta.

Al hablar de estas cosas entendemos que sucede esto en la sociedad, y que se expande a los demás, es decir una persona crea productos y ahí es donde existe un trato al haber un comprador.

## DESARROLLO

Como primer tema esta negociación y venta un vendedor salía en la mañana de su oficina y si la suerte le sonreía regresaba en la tarde con nuevos contratos firmados en su portafolio

Los procesos formales de ventas permiten que una empresa escale su fuerza de ventas al enseñar a sus vendedores cómo hacerlo bien, estas organizaciones de ventas de clase mundial entienden esto y se esfuerzan por elaborar procedimientos operativos estándar para su personal. Es difícil reclutar y conservar a buenos vendedores.

Este tiene etapas del proceso de ventas son un enfoque popular para comprender las etapas del proceso de ventas consiste en los seis pasos: 1) buscar clientes, 2) iniciar la relación, 3) calificar al cliente en perspectiva, 4) presentar el mensaje de la venta, 5) cerrar la venta, 6) dar servicio a la cuenta.

En segundo tema se encuentra el marco legal, en la antología nos marca que dentro de las leyes mexicanas, la publicidad engañosa es un concepto que se aterriza, castiga y señala no sólo en la Ley Federal de Protección al Consumidor, también en la Ley General de Salud y su Reglamento en materia de Publicidad, así como la Ley Federal de Radio y Televisión.

Por ultimo en rótulos nutricionales en la antología dice que de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) el 32.8% de la población mexicana sufre de obesidad. En base a estos datos, el Gobierno Federal anunció la Estrategia Nacional para la Prevención y Control de la Obesidad y la Diabetes, con la intención de reducir los índices de obesidad y prevenir la diabetes en la población mexicana.

La declaración nutrimental frontal consiste en la obligación de señalar: • Grasa saturada • Otras grasas • Azúcares totales • Sodio • Energía.

Existen exentos del etiquetado frontal nutrimental

Agua para consumo humano, 2. Alimentos para lactantes y niños de corta edad. 3. Goma de mascar sin azúcar, 4. Pastillas para el aliento sin azúcar, 5. Harinas con excepción de las preparadas, 6. Envases múltiples y colectivos, 7. Productos y materias primas, 8. Hierbas, especias, condimentos o mezcla de ellas, 9. Extractos de café puros, granos enteros, molidos, descafeinados o no, solubles o no, 10. Infusiones de hierbas, té descafeinado o no, instantáneo y/o soluble que no contengan ingredientes añadidos, 11. Vinagres fermentados y sucedáneos. Y muchos más.

## **CONCLUSIÓN**

Esta información nos es de mucha ayuda ya que así podemos de instruir y enseñarle a nuestros pacientes y así poder ellos ver que es más recomendable. Es de mucha ayuda para nosotros y nuestras formas de elegir nuestros alimentos.

## Bibliografía

Antología de mercadotecnia nutricional/UDS Comitán/ (2021) / págs. 49 - 69