



**Nombre de alumno: Airy del Rosario
Bautista Guillen.**

Nombre del trabajo: Ensayo.

Materia: Mercadotecnia.

Grado: 8vo

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de Enero de 2020.

3.1 Negociación y venta.

Las ventas son algo tan esencial en nuestras vidas.

La expresión “administración de ventas suele utilizarse muy a menudo, como sinónimo de “gerencia de mercadeo”. El mercadeo, que algunas veces se llama “distribución”, comprende todas las actividades que se realizan para hacer llegar los bienes y servicios a los consumidores a los intermediarios. (antología.mercadotecnia nutricional.)

Las grandes empresas recurren a las ventas como principal fuente de ingresos, pero para ellos existen los vendedores, quienes se encargan de hacer llegar el mensaje del producto hacia los consumidores.

Los vendedores son parte indispensable de las empresas, aunque muchas de estas prefieren la publicidad, que aun que gastan más y no tienen frutos de estos son parte de las ventas.

Para que las ventas rindan frutos, se necesita de 3 puntos, los cuales son.

Identificar la necesidad del cliente.

Buena publicidad. (Red sociales, folletos, pancartas, murales, etc.)

Mensajes convincentes que lleguen al cliente.

Consumidor.

El consumidor es la parte indispensable para que este ciclo de negociación y venta funciones. Y el mercado está basado en las necesidades o lo que cree pensar que necesita.

Buena publicidad.

Lo de hoy son las redes sociales, y que mejor que llegar a nuestros principales consumidores por este medio.

Mensajes convincentes,

Para que la venta se cierre, tienen que existir un mensaje que convenza al cliente que no queremos venderle cualquier producto, sino ayudarlo y cubrir alguna necesidad que este padezca.

3.2 Marco legal.

Dentro de las leyes mexicanas, la publicidad engañosa es un concepto que se aterriza, , castiga y señala no lolo en la ley General de Salud y su reglamento en materia la publicidad, así como la ley Federal de Radio y televisión.(antología.mercadotecnia nutricional)

El marco legal protege a los consumidores, debido al mal manejo del marketing.

El mal manejo del marketing ha provocado un consumismo sin beneficio y si propósito alguno.

3.3 Rótulos nutricionales.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en ingles) el 32.8% de la población mexicana sufre de obesidad. Esto es provocado por los hábitos alimenticios poco saludables y la falta de ejercicio, ocasionando un 32% de las muertes de mujeres y 20% de hombres en México.(antología.mercadotecnia nutricional)

Esto también es parte del mal consumismo. Los etiquetados nutricionales tienen como fin, reducir la ingesta de alimentos chatarra, o al menos crear conciencia de lo que esta consumiendo.

Y a pesar de que los etiquetados cambiaron para que la gente tuviera un concepto mas claro de esto, ha tenido poco impacto, ya que a las personas se les hace muy difícil cambiar sus malos hábitos.