

MERCADOCTENIA NUTRICIONAL



Licenciatura en nutrición

Octavo cuatrimestre

Nombre de la profe:

Daniela Méndez guillen

Nombre del alumno:

Andrea yuliana calvo López

Fecha:

12-03-2021

INTRODUCCION

En este trabajo se hablará sobre la comunicación en nutrición, en los negocios y venta, marco legal, rótulos nutricionales, estos temas serán abordados para la venta de cualquier producto ya que necesitamos de tener de una mejor información por lo que se necesita responsabilidad, relacionamiento donde lo que hacemos o decimos pueda tener repercusión en las demás personas.

también es para la importancia de una fuente de información para los consumidores del contenido de nutrientes, las propiedades nutricionales y de la salud que deben tener el cuidado en sus alimentaciones ya que es uno de los puntos más importantes que deben saber, consumir y estar informados, hay elementos básicos para la salud.

COMUNICACIÓN EN NUTRICION

negociación y venta

Si la administración de ventas no cuenta con una definición de la forma como quiere que venda su personal, ya que los procesos de venta inadecuados talvez echen a perder más ventas de lo que se imaginan los gerentes de ventas.

hay que definir con claridad las funciones de ventas las actividades de venta se han vuelto más complicados sobre en todo en empresas una venta cualquiera puede implicar interacciones con diversos tipos de compradores, como un usuario final, un director financiero, un encargado de una unidad comercial. para poder enfrentar estas ventas se necesitan que las fuerzas de ventas echen mano de los tipos correspondientes de vendedores, como el gerente de cuentas, un especialista técnico y un analista financiero ya que este tipo de ventas es algo muy importante en la coordinación de los participantes para así poder evitar la duplicación de funciones o el hecho.

al formalizar los procesos de venta, las fuerzas de ventas de clase mundial ven sus acciones desde el punto de vista del cliente. hay unas etapas del proceso de ventas.

Un enfoque popular para comprender las etapas del proceso de ventas consiste en los seis pasos:

buscar clientes, iniciar la relación, calificar al cliente en perspectiva, presentar el mensaje de venta, cerrar la venta, dar servicio a la cuenta. aunque el proceso de ventas solo implica de algunos pasos muy claros, las actividades específicas que implica cada paso y la forma de llevarlas a cabo. por lo tanto, el programa de ventas de una compañía debe incluir políticas para administrarlas cuentas que guíen a cada una de los vendedores y que puedan garantizar que todas las actividades de ventas Sena congruentes con las estrategias y de relaciones de la empresa.

Marco legal

dentro de las leyes mexicanas, la publicidad engañosa es un concepto que se aterriza, castiga y señala no solo en la ley federal de protección al consumidor, también las leyes generales de salud y su reglamento en materia de publicidad, así como la ley federal de radio y televisión.

la formación o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, para los efectos de esta ley se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, o ya sea de productos.

Rótulos nutricionales

De acuerdo a la alimentación la mayor parte de la población mexicana sufre de obesidad ya que es provocado por los hábitos alimenticios que no son saludables y la falta de ejercicio. además de que afecta de manera crítica la productividad empresarial, el desempeño de los niños en las escuelas y en general, el desarrollo económico es uno de lo principal para que tengan una alimentación saludable y no tengan problemas con la obesidad.

lo más importante es que la población cuente con las herramientas para la correcta lectura del nuevo etiquetado y que así podamos tomar las mejores decisiones para la alimentación de todos los individuos. A pesar de que estas medidas son positivas para la nutrición y salud de los mexicanos.