



**Nombre del alumno: Carlos Sarahin
López López**

**Nombre del profesor: Daniela
Méndez Guillen**

Nombre del trabajo: ensayo

Materia: mercadotecnia nutricional

Grado: octavo cuatrimestre

Grupo: nutrición A

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de marzo 2021.

Comunicación en nutrición

Negociación y venta

Las ventas son aquellas actividades que hacen que los bienes y servicios lleguen a los consumidores de manera directa o a los intermediarios, es muy importante que el vendedor consiga tener buenas ventas para lograr los objetivos de la empresa ya que aunque se tenga mucha publicidad sino se cuentan con vendedores capacitados no se podrán lograr muchas ventas ya que hay productos que se necesitan de una buena explicación para su uso.

La compañía AVON utiliza los catálogos en donde muestra todos sus productos y ha tenido grandes resultados y se ha posicionado como líderes en ventas mientras que otras compañías que han recurrido a la publicidad han tenido que hacer promociones que convencen al cliente de comprar el producto. Esto no quiere decir que no vendan sus productos utilizando solo la publicidad pero se han visto un mayor número de ventas cuando se cuenta con un vendedor que interactúa directamente con el cliente.

Al enseñarles a sus vendedores a realizar bien su trabajo ayuda a que las ventas escalen, si no se tiene un buen plan de ventas definido lo único que se puede hacer es despedir a los vendedores menos productivos por lo que se debe trabajar en ellos para que realicen el mejor de los trabajos. No solo se trata de cuantos vendedores salen y cuantos contratos se realizan sino de crear nuevas oportunidades que ayuden a vender cada vez más.

Prospectos de clientes

La capacidad del vendedor para conseguir clientes de manera frecuentes hace al vendedor exitoso, aunque los resultados no sean muchos al principio, la constancia hace que se consigan cada vez más clientes, algunos pueden comenzar de manera fría buscando de casa en casa o de manera que se localicen mediante directorios de empresas etc.

Inicio del trato

En este paso se conoce al que tiene mayor autoridad en la empresa para poder realizar el trato, es importante que le vendedor identifique el punto clave dentro de la empresa que ayude a la negociación.

Calificar los prospectos

Es necesario valorar si vale la pena hacer negocio con algunas empresas para no perder tiempo en negocios que no tendrán futuro o que no valdrán verdaderamente la pena.

Marco legal

En este tema se abordan los artículos de 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. Se castigara la publicidad engañosa que pueda causar un daño en la salud por consumir alimentos con altas cantidades de sustancias dañinas, por eso debe existir leyes que regulen los ingredientes de los alimentos, se debe de fomentar un consumo responsable e informado que contribuya al bienestar propio y de la sociedad, cualquier bien que se promocióne mediante textos imágenes, etc. debe de mostrar información veraz que no confunda al consumidor mediante información engañosas. En caso de que no se cumplan con los siguientes artículos se suspenderá dicha información que violente las leyes.

Rótulos nutricionales

En México existe un alto porcentaje de padecimientos en la población debido a una mala alimentación como lo es la obesidad, por lo que la COFEPRIS han tomado medidas como lo son el etiquetado frontal que ayuda a crear conciencia sobre los alimentos y bebidas que contiene altos niveles de azúcares, grasos, sodio, etc. Aunque estas medidas sean positivas en el tema de la nutrición se deben de contar con herramientas que ayuden a la toma de decisiones correctas en la población.

Cabe mencionar que existen alimentos que están exentos de este etiquetado nutricional como lo es el agua, productos para lactantes, etc.

(Sureste, 2021)

Bibliografía

Sureste, U. d. (2021). *Antología de mercadotecnia nutricional*. Comitán de Domínguez .