

Mercadotecnia  
nutricional.

Asesor: Daniela Monserrat Méndez

Alumna: Ángeles Anarela Aguilar Rodríguez

Actividad: Ensayo

Octavo cuatrimestre

Fecha: 12 de enero del 2021

Comitán de Domínguez Chiapas.

## Introducción.

Hoy en día la negociación y la venta se ha vuelto muy eficaz debido a que muchas personas deciden emprender un negocio para satisfacer sus necesidades, las ventas por lo general llevan a cabo actividades a través de intercambios de un bien o servicio por dinero cada empresa cuenta con organizaciones de ventas ellas se dividen en diferentes equipos existen muchas marcas de empresas como son la compañía de Avon utilizan distintas estrategias para cada representante obsequiándoles catálogos por medio de ello se realiza una negociación o venta.

## Desarrollo.

Hace tiempo las ventas se realizaban de manera diferente ya que ellos cada mañana tenían que salir con la necesidad de vender todos sus productos en ese entonces se consideraba favorable pero en la actualidad es importante la administración de ventas, porque a través de ello tiene la tarea de verificar la manera en que los vendedores trabajan. Si el vendedor resulta menos productivo lo que hacen es despedirlo y permanecer con los más eficientes, existen procesos formales de ventas estos permite que cada empresa valla escalando con fuerza de ventas y sobre todo enseñar a los vendedores como realizarlo bien. Las fuerzas de venta de clase mundial tienen la tarea de comprometerse en las ventas de equipo siendo más complejas definiéndolas con claridad cada función y responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de equipo se realiza para asegurar al tipo de vendedor que pueda satisfacer la necesidad del comprador.

Para llevar a cabo una venta es necesario conocer las etapas de procesos de venta que tienen un enfoque popular para comprender cada una de ellas primeramente buscar clientes, iniciar la relación, calificar al cliente en perspectiva, presentar el mensaje de la venta, cerrar la venta y dar servicio a la cuenta. Para llevar a cabo este proceso implica pasos muy claros y las formas de realizarlas cambian mucho por lo tanto, el tipo de programa de ventas debe incluir políticas para llevar una buena administración garantizando que todas las actividades de ventas deben ser congruentes.

El marco legal son leyes establecidas por los mexicanos con la finalidad de castigar y señalar el reglamento establecido se lleva a cabo a través de artículos en este caso se enfoca en los que tienen relación a la negociación y las ventas en este caso los artículos que se toman en cuenta son los siguientes: artículo 18: la ley federal de protección al consumidor, artículo 32, artículo 35, para todo este proceso se deben establecer acuerdos de los lineamientos para el análisis y verificación de la información, de igual manera se establece la ley general de salud ya que la secretaria de salud se encarga de ejercer atribuciones de regulación, control y fomento sanitario cada uno actuando de la manera necesario en la labor.

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. 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. (Guillen, 2021)

Como tal la obesidad hoy en día se ha vuelto un factor de riesgo debido que en el mundo se le ha reconocido como una pandemia ya que es una enfermedad que se ha vuelto imposible de prevenir, sobre todo en México todo resulta ser más complicado la mayor consecuencia es la mala alimentación que se lleva, a la mala práctica de actividad física con ello desarrollamos otros factores desencadenantes como es la diabetes y enfermedades cardiovasculares. Por esta razón el gobierno federal dio a conocer una estrategia nacional para la prevención y control de la obesidad y diabetes con la intención de reducir los índices de obesidad y prevenir la diabetes en la población mexicana. La comisión nacional para la protección contra riesgos sanitarios tomaron en cuenta medidas con respecto a un nuevo etiquetado frontal de alimentos y bebidas no alcohólicas se realizó con el fin de crear vías de información al consumidor; la secretaria de salud otorgo distintivo a los productos que cumplan con los parámetros establecidos.

El etiquetado frontal consiste en señalar la cantidad de grasa saturada, otras grasas, azúcares totales, sodio y energía, el etiquetado nutricional es fácil de identificación y lectura basta con saber de qué alimento o bebida no alcohólica se trata y su nombre publicitario, así como también familiarizarse con el orden de información y con el significado de cada una. Los exentos del etiquetado se identifica lo siguiente: agua para consumo humano, alimentos para lactantes y niños de corta edad, goma de mascar sin azúcar, pastillas para el aliento sin azúcar, etc.

Conclusión: después de leer y comprender los temas con respecto a esta unidad llego a la conclusión que es muy importante dar a conocer lo importante que es la administración de una empresa con respecto a las ventas en la manera que debe de trabajarse que debe ser correcta y eficaz y los marcos legales que se toman en cuenta, sobre todo el punto más importante los rótulos nutricionales estos son de gran importancia ya que mediante ellos conocemos lo que un producto contiene y sobre todo que tan benéfico resulta si lo consumimos.

**Bibliografía:** Daniela Méndez Guillen. (2021). Antología mercadotecnia nutricional. Comitán de Domínguez Chiapas: Universidad del Sureste

