

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CARRERA:

NUTRICIÓN

MATERIA:

CALIDAD DE SERVICIOS

TAREA:

SINTESIS

CATEDRÁTICO:

PEREZ ESCOBEDO DALIA DE LOS ANGELES

ALUMNO:

MONZÓN LÓPEZ LITZY BELÉN

GRADO Y GRUPO:

8VOCUATRIMESTRE "A"

LUGAR Y FECHA:

TAPACHULA CHIAPAS A 03 DE MARZO 2022

COMUNICACIÓN EN NUTRICIÓN

NEGOZACIÓN Y VENTA

El mercadeo es un conjunto de técnicas y actividades que se realizan y que permiten a las empresas o instituciones la venta y producción de un producto o servicio y hacer llegar este a un comprador. El empleo de ciertas técnicas de mercadeo puede ser la causante de que las empresas y consumidores identifiquen mejor algunas necesidades reales que hay que satisfacer.

El mercadeo busca principalmente que un bien o servicio tenga un fuerte impacto favorable en la sociedad, de igual forma, el mercadeo expresa estrategias y evalúa posibilidades de hacer ofertas o mejores tipos de demandas.

La venta es el proceso por el cual un vendedor da un producto o servicio a otra persona para cubrir o satisfacer una necesidad y el comprador da una suma de dinero para adquirir el producto o servicio. La venta, junto con la compra, conforma la transacción comercial conocida como compraventa. Esta es un proceso económico y un acto jurídico que otorga derechos y asigna deberes a las partes contratantes, quienes mantienen una relación de equilibrio soportada por las leyes mercantiles o civiles.

Etapas del proceso de ventas

- 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

RÓTULOS NUTRICIONALES

En la actualidad según la FOM el problema de obesidad y diabetes ha tenido un gran incremento en la población mexicana ya que basándose en datos la obesidad es una de las principales causas de muerte en México. Por ello se ha propuesto nuevas técnicas para la prevención de estas enfermedades conformada por tres pilares esenciales: salud pública, atención médica y regulación sanitaria.

La Secretaría de Salud otorga un distintivo a aquellos productos que cumplan con los parámetros establecidos como: El etiquetado frontal nutrimental que es un sistema para influir en la toma de decisiones con respecto a los alimentos y bebidas que un consumidor adquiere. La etiqueta enumera la cantidad de calorías, carbohidratos, grasas, fibra, proteínas y vitaminas por ración del alimento, haciendo que sea más fácil comparar el valor nutricional de productos similares

BIBLIOGRAFÍA

- Adrián, Yirda . (Última edición:31 de enero del 2021). Definición de Mercadeo. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/mercadeo/>. Consultado el 5 de febrero del 2022
- Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- Santesmasés, Miguel. (2016). Fundamentos de mercadotecnia. Ciudad de México: Grupo editoria patria.
- Chong, Luis. (2009). Promoción de ventas. Ciudad de México: Gránica.
- García Cerdeño, Antonio, «Una aproximación hacia la teoría de la venta», segunda parte, Esic Market, 63, enero-marzo de 1989, pp. 63-82.