

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes.....	2
1.3 Problemática	6
1.4 Formulación del problema.....	9
1.5 Determinación de Objetivos	9
1.6 Justificación del tema de investigación	9
1.7 Límites al problema de Investigación	11
1.8 Fundamentación.....	12
1.9 Metodología.....	13
CAPÍTULO 2	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1 Hábito.....	16
2.2 Alimentación.....	17
2.3 Nutrición	18
2.4 Nutrientes.....	19
2.5 Alimentación Saludable.....	28
2.6 Hábitos Alimentarios	28
2.7 Hábitos Alimentarios Saludables.....	29
2.8 Perfil de alimentación saludable	30
2.9 Marketing.....	33
2.10 Estrategia	46

2.11	Planeación estratégica.....	46
2.12	Mezcla de Marketing Social	47
2.13	Comunicación.....	51
2.14	Investigación.....	54
2.15	Técnicas de Campo.....	57
2.16	Mercado	59
2.17	Comportamiento del Consumidor.....	60
2.18	Impacto del Marketing sobre los consumidores	64
CAPÍTULO 3.....		66
MARCO PRÁCTICO		66
3.1	Objetivos de la investigación de mercado	66
3.2	Ficha Técnica de la Investigación de Mercados	67
3.3	Proceso de la Investigación de mercado	68
3.4	Resultados de la investigación de la muestra.....	75
3.5	Conclusión de encuestas	116
CAPÍTULO 4.....		120
PROPUESTA.....		120
4.1	Introducción.....	120
4.2	Desarrollo de la propuesta	121
4.3	Proceso de Marketing Social	121
4.4	Determinación de la Mezcla de Marketing Social.....	124
4.5	Elaboración del Plan de Marketing Social.....	129
4.6	Medios de comunicación	136
4.7	Marketing de redes sociales.....	136
4.8	Relaciones públicas.....	140

4.9	Personajes Públicos.....	141
4.10	Institución propuesta.....	142
4.11	Presupuesto	145
4.12	Medición de la propuesta.....	148
CAPÍTULO 5		150
CONCLUSIONES		150
CAPÍTULO 6		153
RECOMENDACIONES		153
BIBLIOGRAFÍA		155
ANEXOS		160
ANEXO 1		160
ANEXO 2		162
ANEXO 3		172
ANEXO 4		181
ANEXO 5		189
ANEXO 6		193
ANEXO 7		197