

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 |