

# UDES



## MERCADOTECNIA NUTRICIONAL.

Alumna: Jimena Maldonado Marín.  
Profesor: Alejandro Aguilar Morales.  
Unidad II  
8° cuatrimestre LNU.  
Fecha: febrero 2025.



# CONCEPTOS DE MERCADOTECNIA.

## EL

Consumidor es la persona o entidad que adquiere y utiliza productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.

## TIENE

Distintas características y son:  
1. Necesidades y deseos: buscan satisfacer sus necesidades.  
2. Comportamiento de compra: influenciados por Distintos factores.

3. Percepción y actitud: tienen percepciones hacia los productos y servicios que influyen.
4. Capacidad de pago: cuentan con la capacidad para pagar.
5. Acceso a la información: tienen acceso a la inf sobre el servicio o producto.

El consumidor es el centro de atención y el objetivo final de cualquier negocio, todas las estrategias de marketing deben satisfacer las necesidades del consumidor.

## LA

Marca es un activo intangible que representa la identidad de una empresa y su oferta de servicio o producto.

Tienes distintas características: **identificación única, reconocimiento, asociación, consistencia y diferenciación.**

## LOS

- Puntos clave para la marca son:
- La marca es un activo valioso: es importante para la empresa.
  - Debe ser protegida: registrarla.

## OTROS

- Debe ser flexible: para adaptarse a los cambios del mercado y empresa.
- Debe ser medida: para evaluar el rendimiento y mejorar su efectividad.

# BIBLIOGRAFÍA.

Universidad del sureste (UDS) antología para  
mercadotecnia nutricional (2025)