



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Salud Pública

Carrera de Gastronomía

Marketing Gastronómico

**Tema:**

Evolución de Marketing

**Docente:**

Ing. Giovanni Haro Sosa

**Integrantes:**

Jennyfer Aulla, Alisson Mera, Kenneth Gavilema

**Fecha:**

10 de abril de 2025

## Evolución de Marketing

**Marketing 1.0:** enfoque en el producto (era industrial)

La empresa **Corporación Azende**, anteriormente conocida como Destilería Zhumir, se centró en la producción de bebidas alcohólicas como el licor Zhumir. Su enfoque inicial estuvo en la calidad y producción del producto en sí.



**Marketing 2.0:** Enfoque en el consumidor (segmentación y diferenciación)



**Sweet & Coffee**, fundada en 1997 en Guayaquil, identificó una oportunidad en el mercado al combinar café de alta calidad con productos de panadería. Su estrategia se centró en satisfacer las preferencias de los consumidores, diferenciándose por ofrecer una experiencia acogedora y personalizada en sus establecimientos.

(Sweet&Coffee, 2019)

**Marketing 3.0:** Valores, identidad y posición social

**República del Cacao** ha integrado la identidad cultural ecuatoriana en su marca, promoviendo el cacao nacional y resaltando las tradiciones locales. Su posicionamiento se basa en valores culturales y en ofrecer productos que reflejan el patrimonio ecuatoriano. (Alarcón Hernández, 2021)



## Marketing 4.0: Conectividad online-offline



**De Prati**, con más de 80 años en el mercado, ha desarrollado una experiencia omnicanal que integra tiendas físicas y plataformas digitales. Lanzó su tienda en línea en 2007, permitiendo a los clientes interactuar con la marca tanto en el ámbito online como offline. (Prati, n.d.)

## Marketing 5.0: Inteligencia Artificial, Big Data

**Forestea**, desde 2013, ha evolucionado en el uso de redes sociales, analizando interacciones y ajustando estrategias basadas en datos recopilados para mejorar la fidelización de clientes.



## Bibliografía

Sweet&Coffee. (23 de Julio de 2019). Sweet&Coffee:

<https://www.sweetandcoffee.com.ec/acerca-de-nosotros/>

Alarcón Hernández, J. Y. (2021). *Análisis del posicionamiento de la marca desde la perspectiva de la identidad cultural. Caso república del cacao.*

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23544>

Prati, D. (s.f.). *De Prati*. <https://empresa.deprati.com/historia/>