

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Asignatura: Marketing Gastronómico

Duración de la clase: 2 horas

Profesor: Ing. Giovanny Haro Sosa

Nombre: Jennyfer Aulla

## Objetivo de la guía

Comprender e identificar las variables que influyen en la estrategia de marketing dentro del sector gastronómico, relacionándolas con ejemplos reales y aplicables en el contexto ecuatoriano.

## Instrucciones

Lee cada una de las variables, su definición y ejemplo. Luego, completa el espacio con un ejemplo real de tu entorno o experiencia personal en gastronomía.

### Producto

■ Concepto: Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que se ofrecen al cliente para satisfacer una necesidad o deseo.

● Ejemplo propuesto: Ejemplo: Pizza con ingredientes orgánicos y masa artesanal como propuesta de valor.

➡ Tu ejemplo práctico:

República del Cacao ofrece chocolates premium y algunos con ingredientes

locales como el chifle y pétalos de rosa, de esta manera resaltan su autenticidad

hacia el consumidor.

### Mercado

■ Concepto: Conjunto de consumidores con necesidades y deseos específicos, con la capacidad y disposición de compra.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Mercado vegano joven en expansión en ciudades como Quito o Cuenca.

📝 Tu ejemplo práctico:

El mercado objetivo de República del Cacao abarca consumidores conscientes y exigentes que valoran la calidad y origen de los productos, se ha ido expandiendo en varias ciudades del Ecuador y en más de 20 países

### Necesidad

📘 Concepto: Estado de carencia percibida. En marketing, son básicas como alimentarse o socializar.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Necesidad de comer rápido en la oficina al mediodía.

📝 Tu ejemplo práctico:

Necesidad de contar con chocolates finos ya sea para un regalo, evento corporativo o visita turística, para poder así destacar la identidad nacional y poner en alto al país.

### Deseo

📘 Concepto: Forma que adoptan las necesidades humanas al ser moldeadas por la cultura y la personalidad.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Deseo de comer sushi para celebrar una ocasión especial.

📝 Tu ejemplo práctico:

Deseo de los consumidores por regalar un producto exclusivo que transmita prestigio y autenticidad cultural.

### Demanda

📘 Concepto: Deseo de un producto específico respaldado por la capacidad y voluntad de comprarlo.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Alta demanda de cafeterías con brunch en fin de semana en zonas urbanas.

📝 Tu ejemplo práctico:

Alta demanda por usar chocolates de origen único y con ingredientes de alta calidad.

---

## Oferta

■ Concepto: Conjunto de bienes y servicios disponibles en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Oferta de postres sin azúcar en cafeterías para personas con diabetes.

💡 Tu ejemplo práctico:

Tienen chocolates de toda variedad y hasta ingredientes para repostería profesional.

---

## Nuevas Tecnologías

■ Concepto: Uso de herramientas digitales y tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

🔍 Ejemplo propuesto: Ejemplo: Restaurantes con carta digital interactiva y pedidos automatizados.

💡 Tu ejemplo práctico:

Utilizan plataformas web interactivas que permiten así personalizar los pedidos corporativos y sistemas de seguimiento en tiempo real de envíos.

---

## Actividad final

En grupos de 3 estudiantes, desarrolle una propuesta de producto gastronómico innovador que incluya las siguientes variables:

- Producto
- Mercado
- Necesidad
- Deseo

- Demanda
- Oferta
- Uso de nuevas tecnologías

Pueden presentarlo como una breve exposición o en un formato tipo canvas.

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Asignatura: Marketing Gastronómico

Duración de la clase: 2 horas

Profesor: Ing. Giovanny Haro Sosa

## TRABAJO INDIVIDUAL

**Nombre:** Alisson Mera

**Fecha:** 10/04/2025

**Curso:** PAO 3 - 2

**Producto:** Cocoa La Universal

### Objetivo de la guía

Comprender e identificar las variables que influyen en la estrategia de marketing dentro del sector gastronómico, relacionándolas con ejemplos reales y aplicables en el contexto ecuatoriano.

### Instrucciones

Lee cada una de las variables, su definición y ejemplo. Luego, completa el espacio con un ejemplo real de tu entorno o experiencia personal en gastronomía.

### Producto

Concepto: Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que se ofrecen al cliente para satisfacer una necesidad o deseo.

Ejemplo propuesto: Ejemplo: Pizza con ingredientes orgánicos y masa artesanal como propuesta de valor.

Tu ejemplo práctico:

Bebida caliente hecha con Cocoa La Universal, acompañada de

especias como canela y clavo, con una presentación especial en

tazas artesanales para aportar calidez y estilo

## Mercado

- ↳ Concepto: Conjunto de consumidores con necesidades y deseos específicos, con la capacidad y disposición de compra.
- ↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Mercado vegano joven en expansión en ciudades como Quito o Cuenca.

→ Tu ejemplo práctico:

Consumidores jóvenes en Riobamba interesados en productos tradicionales y gourmet con un toque moderno

---

## Necesidad

- ↳ Concepto: Estado de carencia percibida. En marketing, son básicas como alimentarse o socializar.

↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Necesidad de comer rápido en la oficina al mediodía.

→ Tu ejemplo práctico:

Necesidad de tomar algo reconfortante y nutritivo después de una jornada laboral fría

---

## Deseo

- ↳ Concepto: Forma que adoptan las necesidades humanas al ser moldeadas por la cultura y la personalidad.

↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Deseo de comer sushi para celebrar una ocasión especial.

→ Tu ejemplo práctico:

Deseo de probar una bebida única que combine cacao ecuatoriano con sabores locales, como hierbas tradicionales

---

## Demandas

- ↳ Concepto: Deseo de un producto específico respaldado por la capacidad y voluntad de comprarlo.

↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Alta demanda de cafeterías con brunch en fin de semana en zonas urbanas.

→ Tu ejemplo práctico:

Demanda creciente en cafeterías locales por bebidas calientes

Elaboradas con cacao de alta calidad y con opciones personalizadas

### Oferta

HConcepto: Conjunto de bienes y servicios disponibles en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Oferta de postres sin azúcar en cafeterías para personas con diabetes.

↳ Tu ejemplo práctico:

Oferta de chocolates calientes con diferentes niveles de dulzura

y acompañamientos únicos, como trozos de panela o

malvaviscos

### Nuevas Tecnologías

HConcepto: Uso de herramientas digitales y tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

↳ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Restaurantes con carta digital interactiva y pedidos automatizados.

↳ Tu ejemplo práctico:

Uso de una aplicación móvil que permite personalizar las

bebidas con Cocoa La Universal y realizar pedidos en línea

para delivery

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Asignatura: Marketing Gastronómico

Duración de la clase: 2 horas

Profesor: Ing. Giovanny Haro Sosa

Manuel Quipd

## Objetivo de la guía

Comprender e identificar las variables que influyen en la estrategia de marketing dentro del sector gastronómico, relacionándolas con ejemplos reales y aplicables en el contexto ecuatoriano.

## Instrucciones

Lee cada una de las variables, su definición y ejemplo. Luego, completa el espacio con un ejemplo real de tu entorno o experiencia personal en gastronomía.

### Producto

■ Concepto: Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que se ofrecen al cliente para satisfacer una necesidad o deseo.

● Ejemplo propuesto: Ejemplo: Pizza con ingredientes orgánicos y masa artesanal como propuesta de valor.

► Tu ejemplo práctico:

Soco de Guinwa como propuesta  
principal. Para recordar y satisfacer.

---

### Mercado

■ Concepto: Conjunto de consumidores con necesidades y deseos específicos, con la capacidad y disposición de compra.

⌚ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Mercado vegano joven en expansión en ciudades como Quito o Cuenca.

➤ Tu ejemplo práctico:

Proteínas sostenibles.

### Necesidad

█ Concepto: Estado de carencia percibida. En marketing, son básicas como alimentarse o socializar.

⌚ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Necesidad de comer rápido en la oficina al mediodía.

➤ Tu ejemplo práctico:

Tomar un café por las mañanas  
para comenzar el día con mucho ánimo

### Deseo

█ Concepto: Forma que adoptan las necesidades humanas al ser moldeadas por la cultura y la personalidad.

⌚ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Deseo de comer sushi para celebrar una ocasión especial.

➤ Tu ejemplo práctico:

Disfrutar de un postre artesanal  
de chocolate en una cafetería o boutique

### Demanda

█ Concepto: Deseo de un producto específico respaldado por la capacidad y voluntad de comprarlo.

⌚ Ejemplo propuesto: Ejemplo: Alta demanda de cafeterías con brunch en fin de semana en zonas urbanas.

➤ Tu ejemplo práctico:

Kits de preparación de postres veganos  
impulsando a consumidores saludables  
y sobre todo sostenible.

#### Oferta

■ Concepto: Conjunto de bienes y servicios disponibles en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

● Ejemplo propuesto: Ejemplo: Oferta de postres sin azúcar en cafeterías para personas con diabetes.

► Tu ejemplo práctico:

Oferta de Topping o Barritas con proteinas  
dirigido especialmente a gimnastas.

---

#### Nuevas Tecnologías

■ Concepto: Uso de herramientas digitales y tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

● Ejemplo propuesto: Ejemplo: Restaurantes con carta digital interactiva y pedidos automatizados.

► Tu ejemplo práctico:

Pedidos mediante huella del pulgar  
que recopile datos de alergenos  
con alergenos para ud.

#### Actividad final



En grupos de 3 estudiantes, desarrollen una propuesta de producto gastronómico innovador que incluya las siguientes variables:

- Producto
- Mercado
- Necesidad
- Deseo

# Modelo Canvas

TERNULATTE

