

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



## FACULTAD DE SALUD PÚBLICA CARRERA DE GASTRONOMÍA

### SanCloé – Información de la marca

Jhon Michael Sánchez Poma

Escuela de gastronomía, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

GASLP20: Marketing Gastronómico

Giovanny Haro Sosa

23 de abril de 2025

## Índice

1. Introducción .....	3
2. Desarrollo.....	3
2.1. Identidad visual: el logo y los colores.....	3
2.2. El Eslogan: "Refresca tu esencia" .....	4
2.3. Existencia de la marca y propósito .....	4
2.4. Marketing mix y su representación.....	5
2.5. Información de Marketing del Logo .....	6
3. Conclusión .....	7
4. Anexos .....	7

## **1. Introducción**

SanCloé emerge como una marca vibrante y moderna dentro del competitivo mundo de las bebidas naturales, diseñada específicamente para cautivar a un público que valora la salud y el bienestar. El lanzamiento de SanCloé en la feria universitaria no es solo la presentación de un producto, sino la introducción de una filosofía: "Refresca tu esencia". Este lema, junto con una identidad visual distintiva, busca conectar con los consumidores a un nivel más profundo, ofreciendo más que una simple bebida, sino una experiencia revitalizante. A continuación, exploraremos los elementos clave de la marca, desde su identidad visual hasta su estrategia de marketing, desglosando cómo cada componente contribuye a la construcción de una marca sólida y atractiva.

## **2. Desarrollo**

### **2.1. Identidad visual: el logo y los colores**

Se creó un logo minimalista y contemporáneo, elementos cruciales para la identidad de SanCloé.

Logo: El logo se compone de dos partes principales: el isotipo (el símbolo gráfico) y el logotipo (el nombre de la marca).

Isotipo: Consiste en una serie de líneas verticales paralelas, que sugieren dinamismo, energía y movimiento. Esta representación evoca la idea de "ondas" de frescura o vibraciones positivas, conectando visualmente con la sensación de revitalización que las bebidas buscan ofrecer.



**Logotipo:** El nombre "SanCloé" se presenta con una tipografía moderna y pixelada, lo que le da un toque tecnológico y actual. Esta elección tipográfica está dirigida a un público joven y conocedor de las tendencias, como los estudiantes universitarios.

**Colores:** Los colores predominantes en la identidad visual de SanCloé son el blanco y el morado, con fondos que varían en la misma gama de morado.

**Blanco:** Representa pureza, limpieza y frescura, cualidades esenciales en bebidas naturales y saludables. El blanco también aporta claridad y simplicidad al diseño, permitiendo que los otros elementos resalten.

**Morado:** Es un color asociado con la creatividad, la sofisticación y la energía. En el contexto de SanCloé, el morado simboliza la innovación en la creación de bebidas, así como la vitalidad y el bienestar que proporcionan. Además, el morado tiene un atractivo moderno y llamativo, ideal para captar la atención en un entorno competitivo como una feria.

## **2.2. El Eslogan: "Refresca tu esencia"**

El eslogan "Refresca tu esencia" es una poderosa declaración de intenciones. No se limita a prometer una simple hidratación, sino que invita a los consumidores a revitalizar su ser interior. La palabra "esencia" sugiere algo fundamental, lo que realmente somos, conectando el producto con un bienestar integral que va más allá de lo físico. Este eslogan humaniza la marca al hablar directamente a las necesidades emocionales y aspiracionales de los consumidores, prometiendo una experiencia que se renueva desde adentro.

## **2.3. Existencia de la marca y propósito**



SanCloé existe con el propósito de ofrecer opciones de bebidas naturales que se alineen con un estilo de vida saludable y activo. La marca identifica una necesidad en el mercado de alternativas refrescantes y nutritivas, especialmente entre el público joven y consciente de la salud. Su presencia en la feria universitaria es estratégica para darse a conocer y establecer una conexión directa con su público objetivo. La marca busca diferenciarse no solo por la calidad de sus productos, sino también por su identidad visual y su mensaje inspirador.

#### **2.4. Marketing mix y su representación**

El marketing mix de SanCloé se compone de las 4Ps tradicionales (Producto, Precio, Plaza, Promoción) y se refleja en la estrategia de la marca de la siguiente manera:

**Producto:** SanCloé ofrece una variedad de bebidas naturales, incluyendo Limonada de Coco, Kombucha de Mango y Smoothie de Piña y Coco. Cada producto está diseñado para satisfacer diferentes necesidades y gustos, desde la refrescante limonada hasta el nutritivo smoothie. La calidad de los ingredientes y el enfoque en lo natural son aspectos clave del producto.

**Precio:** La estrategia de precios de SanCloé busca un equilibrio entre la accesibilidad y el valor percibido. Los precios están pensados para ser atractivos para los estudiantes, sin comprometer la calidad de los ingredientes y la elaboración.

**Plaza (Distribución):** Inicialmente, la distribución se centra en el stand de la feria universitaria, un punto de contacto directo con los consumidores. Sin embargo, la marca contempla expandirse a cafeterías, tiendas locales y ventas online, lo que sugiere una visión de crecimiento y accesibilidad.



Promoción: SanCloé utiliza diversas estrategias promocionales para generar interés y atraer a los consumidores. Las degustaciones en la feria permiten probar los productos, mientras que las redes sociales y los concursos crean expectativa y fomentan la interacción. Además, el co-branding con otras marcas locales amplía el alcance y ofrece una experiencia integrada.

## **2.5. Información de Marketing del Logo**

El logo de SanCloé es una herramienta de marketing en sí mismo, diseñado para comunicar los valores y la personalidad de la marca.

Atracción Visual: El diseño moderno y minimalista del logo es atractivo y fácil de recordar. Los colores y las formas se combinan para crear una imagen que destaca en cualquier contexto, desde la camiseta hasta los materiales promocionales.

Comunicación de Valores: El logo transmite varios mensajes clave:

Modernidad e Innovación: La tipografía pixelada y el diseño geométrico sugieren una marca a la vanguardia, que utiliza la innovación para crear productos únicos.

Energía y Vitalidad: Las líneas verticales del isotipo evocan dinamismo y movimiento, conectando con la sensación de frescura y revitalización que ofrecen las bebidas.

Simplicidad y Claridad: El uso del blanco y las formas limpias transmiten una imagen de transparencia y honestidad, cualidades importantes en el mercado de productos naturales.

Consistencia de Marca: El logo se utiliza de manera consistente en todos los materiales de marketing, desde los productos hasta las redes sociales, lo que ayuda a construir una identidad de marca sólida y reconocible. Esta coherencia refuerza el mensaje de la marca y facilita la conexión con los consumidores.

### 3. Conclusión

SanCloé se presenta como una marca con un gran potencial, respaldada por una identidad visual atractiva, un eslogan poderoso y una estrategia de marketing bien definida. El logo, con su diseño moderno y sus colores significativos, juega un papel crucial en la comunicación de los valores de la marca y en la creación de una conexión emocional con los consumidores. La combinación de productos de calidad, precios accesibles, una distribución estratégica y una promoción efectiva posiciona a SanCloé para tener éxito en la feria universitaria y en el mercado de bebidas naturales en general. Al humanizar su mensaje y enfocarse en la esencia del consumidor, SanCloé no solo vende bebidas, sino que ofrece una experiencia de bienestar integral.

### 4. Anexos

#### Imágenes de la marca





**Publicidad:**



NUEVA MARCA

# SANCLOÉ



**Limonada de Coco**  
Refrescante y endulzada naturalmente

**Smoothie de Pina y Coco**  
Cremoso y nutritivo

**Degustación**

 **Redes sociales**       **Concursos**

**¡Síguenos!**