

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**Marketing Gastronómico**

**Integrantes:** Wendy Camacho  
Emily Singaicho  
Jhon Sánchez  
Nahomi Pazmiño

**Materia:** Marketing Gastronómico

**Fecha:** 10/04/2024

**Profesor:** Ing. Giovanny Haro Sosa

**Tema:** Variables

Intervinientes del Marketing Gastronómico

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Asignatura: Marketing Gastronómico

Profesor: Ing. Giovanny Haro Sosa

Alumno: Jhon Michael Sánchez Poma

Curso: PAO 3 "2"

## 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:**

La marca "El Salinerito" ofrece una gama de chocolates artesanales elaborados con cacao fino de aroma que se caracterizan por su calidad superior y su cuidadosa elaboración donde se utiliza ingredientes locales.

### 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 "El Salinerito" abarca tanto a consumidores locales en Guaranda como a turistas que visitan la región. Estos consumidores valoran los productos artesanales y están interesados en experiencias gastronómicas auténticas.

## 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:

En la sociedad las personas sienten la necesidad de disfrutar de algo dulce que se lo pueda llevar a todos lados y sea rico para el paladar, sin molestar a los demás.

## 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:

Durante las festividades locales como el Carnaval de Guaranda, existe un deseo palpable de compartir y disfrutar de productos que representen la identidad cultural de la región como lo son los chocolates de "El Salinerito".

## 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:

Aumento notable en la demanda de chocolates orgánicos y sin aditivos en estos últimos años impulsado por un mayor interés en la salud y el bienestar.

## 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:

"El Salinerito" presenta una diversa oferta de chocolates que incluye tabletas, bombones y chocolates rellenos con ingredientes autóctonos.

## 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:

"El Salinerito" ha implementado una tienda en línea que permite a los clientes explorar su variedad de chocolates y realizar pedidos personalizados.

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Estudiante: Emily Singaicho

Asignatura: Marketing Gastronómico

Curso: Pao 3 "2"

Profesor: Ing. Giovanni Haro Sosa

## 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.

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

**•** Tu ejemplo práctico:

- ☐ Chocolate Pacari, elaborado con cacao orgánico ecuatoriano y reconocido internacionalmente por su calidad y sabor.

## Mercado

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Mercado vegano joven en expansión en ciudades como Quito o Cuenca.

**,' •** Tu ejemplo práctico:

- Mercado de consumidores gourmet y amantes del chocolate fino en ciudades como Quito y Guayaquil.

## Necesidad

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Necesidad de comer rápido en la oficina al mediodía.

**,' ) •** Tu ejemplo práctico:

- Necesidad de disfrutar un chocolate saludable y de alta calidad como parte de una dieta equilibrada.

## Deseo

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Deseo de comer sushi para celebrar una ocasión especial.

**,' ) •** Tu ejemplo práctico:

- Deseo de regalar un chocolate exclusivo y de origen ecuatoriano para una ocasión especial.

## Demanda

**] H** Concepto: Deseo de un producto específico respaldado por la capacidad y voluntad de comprarlo.

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Alta demanda de cafeterías con brunch en fin de semana en zonas urbanas.

**,' •** Tu ejemplo práctico:

- Alta demanda de chocolates Pacari en tiendas especializadas y supermercados durante festividades como Navidad y San Valentín.

## Oferta

**J\_H** Concepto: Conjunto de bienes y servicios disponibles en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

**Q** • Ejemplo propuesto: Ejemplo: Oferta de postres sin azúcar en cafeterías para personas con diabetes.

**¿** • Tu ejemplo práctico:

Oferta de chocolates Pacari en diversas presentaciones, como barras, bombones y productos para repostería.

## Nuevas Tecnologías

**J\_H** Concepto: Uso de herramientas digitales y tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

**Q** • Ejemplo propuesto: Ejemplo: Restaurantes con carta digital interactiva y pedidos automatizados.

**¿** • Tu ejemplo práctico:

☐ Pacari utiliza una tienda en línea con opciones de personalización de productos y envíos internacionales, además de presencia activa en redes sociales para interactuar con sus clientes

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Estudiante: Wendy Camacho

Asignatura: Marketing Gastronómico

Curso: Pao 3 "2"

Profesor: Ing. Giovanni Haro Sosa

## 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

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

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

**Tu ejemplo práctico:**

Aceite de cocina "Cocinero" de La Fabril, enriquecido con vitamina E y presentado en envases ecológicos, ideal para consumidores preocupados por la salud y el medio ambiente.



## Mercado

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Mercado vegano joven en expansión en ciudades como Quito o Cuenca.

**¿ •** Tu ejemplo práctico:

Mercado de familias ecuatorianas que buscan productos alimenticios confiables, accesibles y con valor nutricional, especialmente en ciudades como Quito, Guayaquil y Manta.

## Necesidad

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Necesidad de comer rápido en la oficina al mediodía.

**¿ ) •** Tu ejemplo práctico:

Necesidad de contar con un producto saludable y confiable para la preparación diaria de alimentos en el hogar.

## Deseo

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

**Q •** Ejemplo propuesto: Ejemplo: Deseo de comer sushi para celebrar una ocasión especial.

**¿ ) •** Tu ejemplo práctico:

Deseo de cocinar platos tradicionales ecuatorianos con un aceite que cuide la salud cardiovascular sin perder el sabor original.

## Demanda

**J\_H** Concepto: Deseo de un producto específico respaldado por la capacidad y voluntad de comprarlo.

**Q** • Ejemplo propuesto: Ejemplo: Alta demanda de cafeterías con brunch en fin de semana en zonas urbanas.

**s)** • Tu ejemplo práctico:

Alta demanda de aceites vegetales saludables de La Fabril, como el aceite “Girasol”, en supermercados y tiendas durante campañas de alimentación saludable o inicio de año.

## Oferta

**J\_H** Concepto: Conjunto de bienes y servicios disponibles en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.

**Q** • Ejemplo propuesto: Ejemplo: Oferta de postres sin azúcar en cafeterías para personas con diabetes.

**s)** • Tu ejemplo práctico:

Amplia oferta de productos de La Fabril en aceites comestibles, margarinas, mantecas y productos industriales, adaptados a diferentes necesidades del mercado familiar y profesional.

## Nuevas Tecnologías

**J\_H** Concepto: Uso de herramientas digitales y tecnológicas que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

**Q** • Ejemplo propuesto: Ejemplo: Restaurantes con carta digital interactiva y pedidos automatizados.

• Tu ejemplo práctico:

La Fabril implementó un proyecto que incluye un software de gestión de almacenes, tecnología móvil y de radio frecuencia (RFID) utiliza Facebook para interactuar con su audiencia, promocionar eventos y concursos, y responder preguntas.

# Guía de Análisis: Variables Intervinientes del Marketing Gastronómico

---

Estudiante: Nahomi Pazmiño

Asignatura: Marketing Gastronómico

Curso: PAO 3 "2"

Profesor: Ing. Giovanni Haro Sosa

Marca: KAPRICIO


## 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:**

- Kapricio es una marca creada para elaborar alternativas de productos dirigidos a personas que se preocupan por el consumo de alimentos más saludables, sin azúcar, entre otros componentes que no alteran el sabor original de los productos tradicionales.
- ofrece postres artesanales sin azúcar ni gluten, incluyendo opciones keto, helados y pasteles saludables.

## 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 Kapricio está compuesto por consumidores de clase media y alta, especialmente en Cumbayá. Estos consumidores se rigen por un estilo de vida fitness y una alimentación consciente

## 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 creciente de consumir productos dulces que no perjudiquen la salud ni contengan ingredientes refinados.



## 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:

- Kapricio transforma la necesidad de comer saludable disfrutando sabores exquisitos en el deseo al ofrecer postres que cumplen con requerimientos dietéticos y al mismo tiempo no renunciar a lo que le gusta al cliente.

## 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:

- En Cumbayá, un sector exclusivo de Quito, ha surgido una creciente demanda por postres artesanales sin azúcar ni gluten, Kapricio es una pastelería especializada en la elaboración de helados y postres sin azúcar,

## Oferta

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

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

**T**u ejemplo práctico:

- Kapricio se diferencia de pastelerías convencionales por su enfoque en productos sin azúcar y la innovación constante en recetas.

## Nuevas Tecnologías

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

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

**T**u ejemplo práctico:

- Kapricio cuenta con plataformas de pedidos online, como PedidosYA o Uber Eats, también su presencia en redes sociales y pasarelas de pago digitales para facilitar la experiencia del cliente.  
Por último, aplica técnicas de cocina saludable de última generación.

## Actividad final

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

- Producto
- Mercado
- Necesidad
- Deseo
- Demanda
- Oferta
- Uso de nuevas tecnologías

