



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

MARKETING GASTRONÓMICO

INVESTIGACIÓN DE CONCEPTOS DE MARKETING
GASTRONÓMICO

PROFESORA

TANIA GABRIELA ESTUDILLO GRANADOS

07 DE AGOSTO DE 2020

VILLAFLORES, CHIAPAS

PASIÓN POR EDUCAR

CREANDO EL PRODUCTO

Desarrollar un producto requiere de muchos aspectos y pasos. Se lleva a cabo en el ámbito de negocios. Los expertos en marketing aseguran que para iniciar un producto el primer paso es “ciclo de vida del producto”.



EMPAQUE

El empaque es donde el producto va, está diseñado especialmente para proteger, preservarlo y mantenerlo en forma durante la transportación de un lugar a otro. También es muy importante como se vea físicamente por fuera, por que es una parte importante de la promoción de dicho producto. Esto ayudará a que los clientes les atraiga y deseen adquirirlo.



ETIQUETA

La etiqueta de un producto es aquella que caracteriza a este, es muy importante porque tiene que estar visible junto con el producto. La utilidad de la etiqueta es que el cliente entienda claramente que es el producto, que contiene y lo más importante el precio de dicho producto. El diseño de la etiqueta puede ser personalizado, dependiendo de la empresa que lo realiza.



PSICOLOGÍA DEL COLOR

La Psicología del color es una rama de la psicología que se encarga de analizar las emociones que transmiten los colores en las personas. Cada color tiene un significado, que el efecto del ser humano da.

Las personas nos solemos guiar por las emociones así que elegir el color correcto para tu marca significará una mayor posibilidad de compra.

BLANCO

- LIMPIEZA
- TRANQUILIDAD
- PAZ
- PULCRIDAD

AZUL

- SIMPATÍA
- PROFESIONALISMO
- LIBERTAD
- CONFIANZA

ROJO

- PELIGRO
- AGRESIVIDAD
- DINAMISMO
- PASIÓN

NARANJA

- JUVENTUD
- ALEGRÍA
- DIVERSIÓN

AMARILLO

- INTELIGENCIA
- FUERZA
- CREATIVIDAD
- CONCENTRACIÓN
- OPTIMISMO

VERDE

- ARMONÍA
- CRECIMIENTO
- ESPERANZA
- RELAJACIÓN

PÚRPURA

- AMBICIÓN
- REFLEXIÓN
- ESPIRITUALIDAD
- MISTERIO
- MEDITACIÓN
- SENSUALIDAD

ROSA

- DULZURA
- INOCENCIA
- DELICADEZA
- FEMINIDAD

NEGRO

- AUTORIDAD
- FORTALEZA
- ELEGANCIA
- FORMALIDAD

GRIS

- AUTORIDAD
- RESPETO
- ESTABILIDAD
- SOBRIEDAD
- TENACIDAD
- TRANQUILIDAD

COLOR	INSPIRA:	MARCAS QUE LO UTILIZAN <small>© 2020 PPSPTI</small>
ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	
AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	

LOGOTIPO

El logotipo es un distintivo visual que identifican a las empresas. El logotipo es una parte esencial para un producto, ya que con esa característica se puede saber el prestigio de la empresa.

Hay cinco formas de saber si un logotipo es exitoso:

- Legible
- Memorable
- Escalable
- Reproducible
- Distinguible

El uso correcto de colores dará una ventaja al logotipo, no es lo mismo promocionar un producto comestible con un color triste a que hacerlo con un color llamativo y fuerte.



PUBLICIDAD DE UN PRODUCTO

La publicidad es la forma de que el producto interactúe con la sociedad. Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de dicho producto o servicio.

Lanzar un nuevo producto requiere de mucha publicidad, ya que no sólo ese producto existe. Llevar ese producto con éxito dependerá de estrategias e innovaciones.

