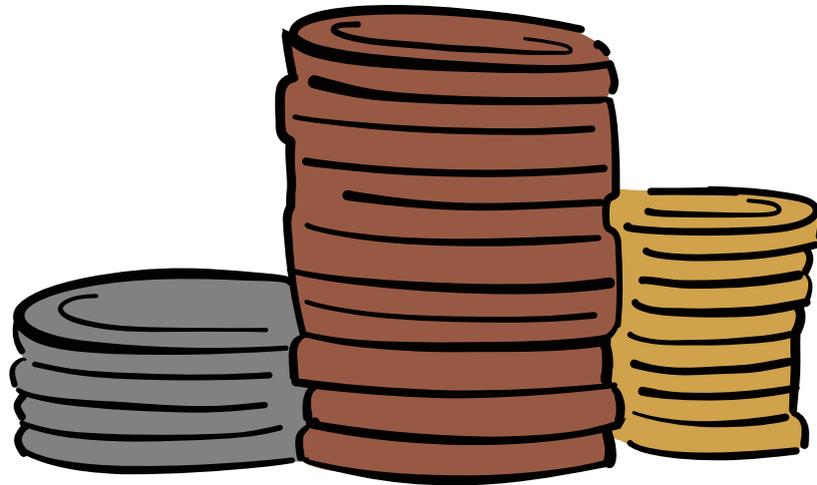


MERCADO TECNIA NUTRICIONAL



ANGEL GABRIEL OJEDA ALTUZAR

MARCA

CONCEPTO

Es un conjunto de elementos que identifican y diferencian un producto, servicio o empresa en el mercado.

COMPONENTES

- Nombre: Identificación verbal.
- Logotipo: Símbolo visual que representa la marca.
- Eslogan: Frase breve que refuerza la imagen de la marca.
- Colores y Tipografía: Estilo gráfico que refuerza la identidad visual.

TIPOS

- Marca Comercial: Representa productos o servicios.
- Marca Personal: Identidad de una persona en el ámbito profesional.
- Marca Corporativa: Identidad de una empresa o institución.

ESTRATEGIAS

- Posicionamiento: La percepción que la marca busca en la mente del consumidor.
- Extensión de Marca: Usar una marca para nuevos productos.
- Branding: Proceso de construcción y gestión de la marca.

CONSUMIDOR

TIPOS

individual: Compras para uso personal.

organización: Compras para la empresa o grupo.

FACTORES QUE INFLUYEN

Psicológicos
sociales
personales
económicos

CONCEPTO

Persona o entidad que adquiere productos o servicios.

PROCESO

- Reconocimiento de la necesidad
- Búsqueda de información
- Evaluación de alternativas
- Decisión de compra
- Comportamiento post-compra
- Satisfacción o insatisfacción