



NANIS – CHIPS ARTESANALES
DE REMOLACHA



Informe de Ventas

POR JENNYFER AULLA, MARÍA JOSÉ TIPAN.
DOMINGO, 29 DE JUNIO DE 2025.



RESUMEN GENERAL



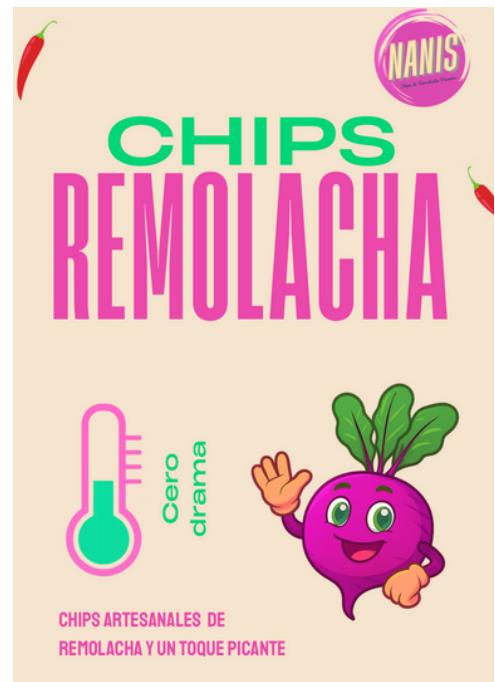
La feria inició a las 9:00 am en el parque Guayaquil. Desde las 10:00 am hubo gran afluencia de público, lo que permitió una alta visibilidad del stand.

Mediante degustaciones, promociones como el cupón 2x1 y una presentación creativa del producto, el stand “NANIS” logró vender la totalidad de sus 60 chips de remolacha antes de las 2:00 pm.

Objetivo: Promover un snack saludable y artesanal a base de remolacha, en tres niveles de picor, a través de una experiencia de compra atractiva.

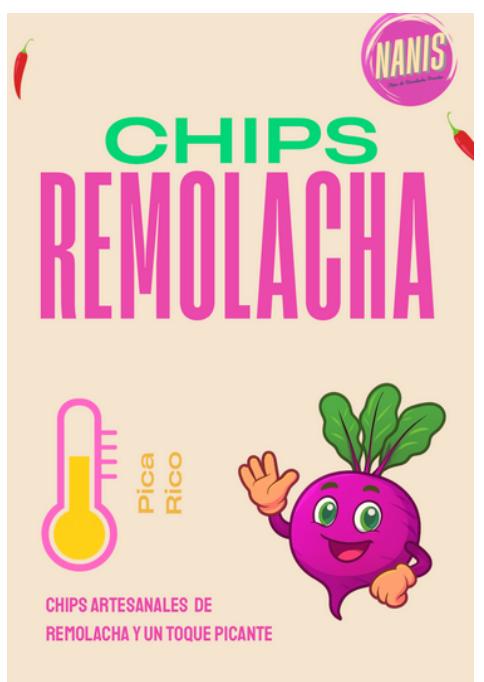
1.1 DETALLE DE COMBOS

Menú NANIS – Chips 100g a \$1,25



Combo 1

Cero Drama
Leve
Sabor natural de remolacha



Combo 2

Pica Rico
Medio
Toque picante moderado



Combo 3

Modo Dragón
Alto
Picor intenso para los más valientes

Los chips se preparaban con base leve, y el picor se ajustaba según el cliente.





1.2 DETALLE DE COMBOS

Cantidad vendida por tipo de combo

Combo	Unidades Vendidas	Porcentaje
Cero Drama	45	75%
Pica Rico	14	23%
Modo Dragón	1	2%
Total	60	100%



1.3 DETALLE DE COMBOS

Precio por unidad: \$1,25

Unidades vendidas: 60

Ingreso total: \$75,00

Promoción aplicada:

- Cupón 2x1 entregado en pre-feria (viernes 27 de junio)
- Varias personas lo canjearon a partir de las 11:00 am

La promoción fue efectiva para aumentar el tráfico al stand.





2.1 ANÁLISIS DE TENDENCIAS

Preferencias del público:

- Mayoría eligió Cero Drama, apreciando el sabor natural.
- Modo Dragón solo fue solicitado una vez por una familia curiosa.
- Las degustaciones ayudaron a eliminar dudas y motivar la compra.
- La explicación de beneficios de la remolacha generó confianza.

2.2 ANÁLISIS DE TENDENCIAS



Horarios de mayor demanda:
10:00 am – 12:00 pm: pico de ventas y canje de promociones



Factores clave en la decisión de compra:

- Degustaciones gratuitas
- Precio justo y presentación atractiva
- Niveles de picor como valor diferencial



Atención personalizada y dinámica

COMPARACIÓN CON EXPECTATIVAS



Indicador	Esperado	Resultado real
Unidades por vender	60	60
Facturación estimada	\$75,00	\$75,00
Canje de promoción 2x1	Mínimo 3 usos	Al menos 4 usos
Productos con picor alto	5 % estimado	2% real



Se cumplieron los objetivos planteados, con buena aceptación del producto

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

El producto generó curiosidad y fue bien recibido.

Las personas valoraron la opción de un snack saludable y natural.

La degustación gratuita fue clave para cerrar ventas.



La propuesta de niveles de picor resultó interesante, aunque el público prefirió picor leve.

Oportunidad de mejora: reforzar presencia digital y preparar más stock para eventos similares.

VISUALIZACIÓN DE DATOS

GRÁFICO DE BARRAS – UNIDADES VENDIDAS POR TIPO DE COMBO

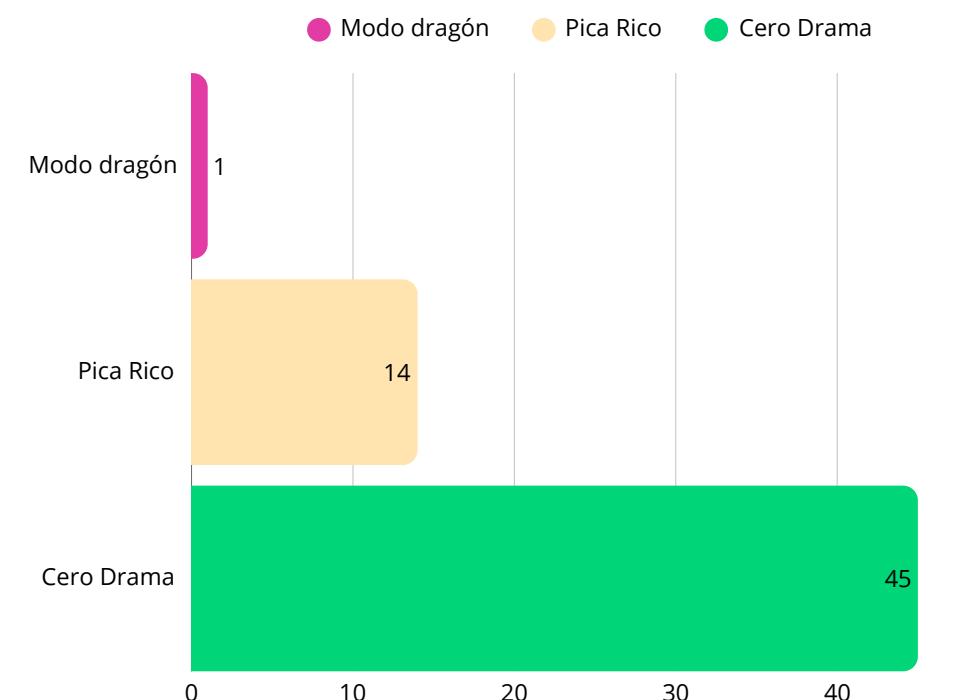


GRÁFICO CIRCULAR – PREFERENCIA POR TIPO DE COMBO

