



FERIA DE EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO

Tema: Venta productos
Integrantes: Jennyfer Aulla, María José Tipan
Docente: Ing. Giovanny Haro Sosa

Objetivos SMART



Aumentar ventas en un 30% durante la feria, mediante promoción directa, degustaciones y atención personalizada.



Captar al menos 30 personas con muestras gratuitas en la pre-feria del 27 de junio, para generar interés.



Lograr 20 interacciones en redes sociales el día del evento, con publicaciones y testimonios en vivo.



Producto

Snacks y postres artesanales con ingredientes naturales.



Precio

Combos económicos (ej. 2x1 a \$1,25).



Plaza

Venta directa en la feria, aprovechando el público local.



Promoción

Degustaciones, ruleta con premios y difusión en redes.

Marketing Mix

Segmentación y Posicionamiento

Segmento: Generación Millenials y Centennials que buscan snacks saludables y artesanales.

Posicionamiento: Marca accesible, fresca y cercana, que ofrece sabor casero con promociones atractivas.





Identidad y Propuesta Gastronómica



Identidad: Logo moderno, colores cálidos, estilo amigable y eco packaging.

Propuesta: Productos naturales, frescos, sin conservantes, con toque artesanal.

Stand: Decoración rústica y cálida, con atención personalizada y zona interactiva.

Técnicas de Venta y Fidelización



Satisfacción

Atención cercana, explicación del producto y experiencia positiva.



Venta

Degustaciones, combos promocionales y ruleta con premios.



Fidelización

Descuentos post-feria, contacto por redes y futuras invitaciones.