



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO CARRERA DE GASTRONOMÍA



Integrantes:

- Daniela Asadobay.
- Jhon Sánchez.

Marketing Gastronómico

Docente: Ing. Giovanni Haro.

## VENTA de productos. Cerveza artesanal



Incrementar las ventas del emprendimiento DIABLOS CERVEZA ARTESANAL mediante la comercialización de 100 unidades de cerveza artesanal, durante la Feria de Emprendimiento Gastronómico del 29 de junio, utilizando estrategias de venta directa, degustaciones y promociones en el punto de venta.



## Producto

Cerveza artesanal de producción limitada (malta, lúpulo, levadura, agua), sin conservantes. Tres variedades según grado alcohólico: 7.5° rubia, 8.5° negra y 10° de naranja.



## Marketing mix

### Plaza

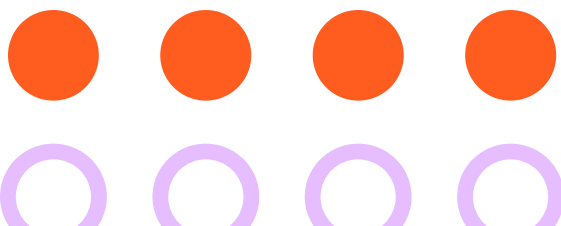
Venta presencial en el Parque Guayaquil (XXV Feria de Emprendimientos gastronómicos) y pre-feria en edificio de Gastronomía.

### Precio

- Envase de 300 ml a \$2,50 (10 % de descuento en pre-feria, 10 unidades vendidas).
- Combos: Resaca: 2 cervezas × \$4 Futbolero: 1 cerveza + queso Vitacheese × \$4 .

### Promoción

- Redes sociales: Instagram (6.4 k visualizaciones) y TikTok (4.7 k) antes, durante y después de la feria.
- Radio Andina 106.1 y flyers en la universidad.
- Degustaciones gratuitas, co-branding con Vitacheese, 2×4 cervezas a \$4, y sorteo de fidelidad.





# Segmentación y posicionamiento.



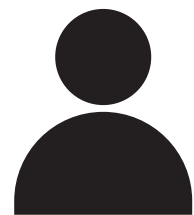
## Segmento

Dirigido a generación Z y millennials (18–29 años), generación X (30–55 años) interesados en cerveza artesanal .



## Posicionamiento

- “Diablo’s: La cerveza artesanal única y refrescante de la feria”.
- Mensaje clave: “Refresca tu jornada con sabores auténticos”.



DIABLO’S cerveza artesanal se diferenciará por su variedad de grados alcohólicos y sabores (rubia, negra, naranja). Ambientación y experiencia de marca.





# Identidad, propuesta gastronómica y concepto del local.



## Identidad de marca

Logo vintage con cuernos sutiles; paleta negro, dorado y blanco; tipografía bold.



## Propuesta gastronómica

Combos diseñados para compartir: Resaca (doble cerveza) y Futbolero (cerveza + queso mozzarella Vitacheese). Ambientación acogedora: música mix para jóvenes y adultos, chupete de sandía como obsequio post-venta.



## Concepto del local

Stand con barra alta, decoración en negro/blanco/dorado y piñatas de cerveza. Experiencia multisensorial: vista (colores), tacto (cerveza fría), gusto (shots de prueba), oído (música), olfato (aroma artesanal) .



# Técnicas de venta y fidelización.

- Cross-sell: Queso extra con cerveza.
- Feedback: Preguntas rápidas y degustaciones
- Atención personalizada y agradecimiento con obsequio (chupete)..
- Fidelización: Tarjeta 5 sellos → 1 cerveza gratis
- Sorteo de fidelidad para compradores..
- Invitación a seguir en Instagram con descuento del 10 % futuro .

**“¡Gracias por acompañarnos, brindemos juntos por el éxito de Diablo's!”**

