



MARKETING GASTRONÓMICO- FERIA  
GASTRONÓMICA

# BURRITALY, SANCLOÉ Y DULCE RAÍZ

Tres marcas. Una experiencia gastronómica completa.

Integrantes: Camila Flores, Jhon Sánchez y Alisson Puenguenan



Docente: Giovanni Haro





# Problema y público en objetivo

Comida rápida es monótona y poco saludable.

## ¿Qué busca nuestro público objetivo?

- Buscan salud, sabor e innovación.
- Valoran experiencias culturales y marcas con historia.
- Consumidores activos en redes sociales.
- Dispuestos a pagar por calidad y bienestar.







# Solución, producto y precio.

- Burritos únicos (Burrito alfredo (\$ 2,80), burrito pesto (\$ 3,00) y burrito lasaña (\$3,50) – Burritaly.
- Bebidas creativas y saludables (\$ 2,00)– SanCloé.
- Cheesecake de naranjilla con crumble de amaranto (\$ 2,50) – Dulce Raíz.





# Plaza

- Feria

# Promoción

- Dinámicas.
- Degustaciones sorpresa.
- Microinfluencers.





# Co-branding



Un solo concepto: entrada, bebida y postre en armonía.  
Sin competir, nos potenciamos.

