

**Nombre del emprendimiento:** DIABLO'S – Cerveza artesanal

**Integrantes:** Jhon Sánchez y Daniela Asadobay (Grupo 6)

Estrategias aplicadas

**Marketing mix:**

1. **Producto:** Cerveza artesanal de producción limitada, con ingredientes naturales (malta, lúpulo, levadura, agua), sin conservantes. Se ofreció cerveza de tres diferentes grados de alcohol: 7.5° cerveza rubia, 8.5° cerveza negra y 10° cerveza de naranja, haciendo que los clientes eligieran según su preferencia.
2. **Precio:** El producto tuvo un valor de \$2,50 en un envase de 300ml, durante la pre-feria se ofreció el producto con un descuento del 10%, generando una venta de 10 unidades.
3. **Plaza:** La venta se realizó en el parque Guayaquil de forma presencial en la XXV feria de emprendedores y ventas en la pre-feria en el edificio de Gastronomía de manera presencial.
4. **Promoción:**
  - Publicidad: Uso de redes sociales (Instagram y TikTok), contenido visual atractivo (videos con clientes, reels promocionando el producto, videos de humor en tendencia con la cerveza).
  - Segmentación: el producto estaba dirigido a la generación Z, millennials y generación X, jóvenes entre 18 y 29 años y personas adultas de 30 a 55 años interesados en probar una cerveza artesanal.
  - Instagram fue la principal plataforma de publicidad y promoción, logrando 6.4 mil visualizaciones en los últimos 30 días, antes, durante y después de la feria. En tik tok se logró visualizaciones de 4,7 mil personas. Adicional se utilizó un medio tradicional para la publicidad siendo este Radio Andina 106.1 el viernes a las 6 de la tarde. Flyers en la universidad.
  - Las promociones se ejecutaron en la pre-feria ofreciendo un descuento del 10% por cada botella comprada, también se ofreció shots gratis el día de la feria hicimos co-branding con Vitacheese, ofreciendo un combo de una botella de cerveza y un queso mozzarella en \$4, adicional 2x4 dos cervezas a \$4, precio original por unidad \$2,50, se realizó un sorteo para premiar la fidelidad de cada comprador, estas técnicas aplicadas generaron ventas rápidas y satisfactorias para nuestros clientes.
  - Relaciones públicas: Reels colaborativos con el chef de Quindeloma Hotel Yuri Apaestegui, que ayudo a que la marca sea más conocida gracias a su reconocimiento en la ciudad de Riobamba, y la participación en una entrevista en el canal 13 que se llevó a cabo del día jueves 26 de junio a las 8:00 pm, gracias a la gestión de los presidentes de los cursos.
  - Identidad: DIABLO'S cerveza artesanal se caracterizó por su ambientación, era única y llamativa el día de la feria, interacción con los clientes desde el saludo que era amable y se explicó el proceso de elaboración hasta el cierre de venta que generó felicidad en los clientes porque se les agradecía por su compra con un chupete de sandía.
  - Propuesta gastronómica: Ambientación acogedora para personas adultas que buscaban una cerveza refrescante y de sabor único, paleta de colores dorado/negro/blanco que visualmente fueron elegantes y atractivos, un mix de música que atraía a jóvenes y

personas adultas, la presentación del personal promotores portando una camisa color negro con colores vibrantes que atraían visualmente.

- **Merchandising visual:** La decoración del espacio se basó en una paleta de colores negro, blanco y dorado, creando una atmósfera elegante y llamativa. Se utilizaron piñatas con forma de cerveza para atraer la atención del público. La gestión del punto de venta incluyó promotores vestidos con camisetas de la marca, reforzando la identidad visual. Se activaron los cinco sentidos del cliente: el tacto se estimuló con cerveza servida bien fría; el gusto, mediante shots de prueba; la vista, con colores vibrantes y elementos atractivos; el oído, a través de música ambiental y presentaciones por parlante; y el olfato, con el distintivo aroma de la cerveza artesanal al destapar cada botella.

## Conclusión

Las estrategias aplicadas permitieron que DIABLO'S Cerveza artesanal fuera un emprendimiento exitoso que destacó por su original propuesta y aplicación efectiva del marketing mix. Ofreció un producto de calidad con variedades únicas, precios accesibles y promociones atractivas. La estrategia de promoción combinó redes sociales, radio y alianzas, logrando gran visibilidad y ventas. La ambientación y atención al cliente crearon una experiencia memorable. En conjunto, DIABLO'S logró posicionarse como una marca artesanal innovadora y bien recibida por el público.

## Evidencias visuales

