

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**MARKETING GASTRONÓMICCO**

**TEMA:**

Aprendizaje práctico experimental - Venta productos

Daniela Asadobay y Jhon Sánchez

Escuela de gastronomía, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

GASLP20: Marketing Gastronómico

Giovanny Haro Sosa

2025

## **Objetivos SMART**

Vender 80 cervezas artesanales y 10 combos (5 Resaca y 5 Futbolero) en el stand Diablo's durante la Feria ESPOCH el 09 de julio de 2025 (08:00–17:00), registrando cada transacción para validar precio y formato, con el fin de optimizar la oferta y aumentar la fidelización de clientes.

Ampliar la comunidad digital de “Diablo's Cerveza Artesanal” en al menos 50 nuevos seguidores en Instagram y TikTok durante la feria del domingo, mediante promociones en el stand que incentiven al público a seguir nuestras cuentas, mediante el uso de material de merchandising, presencia en redes sociales, elementos visuales distintivos y un trato cercano y auténtico durante la feria.

Generar un alcance mínimo de 600 visualizaciones y al menos 100 interacciones (reacciones, comentarios o compartidos) en las publicaciones promocionales de DIABLOS CERVEZA ARTESANAL en redes sociales, durante el período del 22 al 30 de junio, mediante la ejecución de videos promocionales de marketing digital con contenido visual de alto impacto, uso de hashtags optimizados para posicionamiento y colaboraciones estratégicas con cuentas locales de influencia.

## **Marketing Mix y Combos**

DIABLO'S presenta tres variedades de cerveza artesanal de edición limitada (rubia 7.5 °, negra 8.5 ° y naranja 10 °), sin conservantes. Su precio es de \$2,50 por 300 ml, con un descuento especial del 10 % en la preventa. Para incentivar la compra múltiple, ofrecemos dos combos durante la feria:

Combo Futbolero: 1 cerveza artesanal “Diablo’s” + porción de queso mozzarella Vitacheese por \$4.

Combo Resaca: 2 cervezas artesanales “Diablo’s” por \$4.

La distribución se realizará de manera presencial en la XXV Feria de Emprendedores (Parque Guayaquil) y en el punto de pre-venta en la facultad de Gastronomía. La promoción incluye un descuento del 10%, sorteos de premios sorpresas y degustaciones gratuitas, esto se difunde en Instagram, TikTok, spots en Radio Andina 106.1, distribución de flyers en la universidad.

### **Segmentación y Posicionamiento**

Nuestro público objetivo abarca principalmente a la Generación Z (18–29 años) y a millennials y Gen X (30–55 años) interesados en experiencias gourmet y cervezas artesanales de calidad.

Posicionamos a DIABLO’S como “la cerveza artesanal premium de edición limitada que despierta todos tus sentidos”, enfatizando la exclusividad de sus lotes y la propuesta sensorial completa que ofrece a cada consumidor.

### **Identidad y Propuesta Gastronómica**

La identidad de DIABLO’S combina una paleta de dorado, negro y blanco, reflejada en el logotipo y en la ambientación del stand, que incluye elementos como piñatas temáticas, globos y música selecta. El personal de promoción viste camisas negras con detalles vibrantes, reforzando la imagen elegante y moderna. Nuestra propuesta activa los cinco sentidos: el color y la decoración atraen la vista; el aroma al abrir la botella, el olfato; los distintos sabores, el gusto; la sensación de la cerveza fría en la mano, el tacto; y la música ambiental, el oído.

### **Concepto de Local y Técnicas de Venta, Satisfacción y Fidelización**

El espacio junto al stand se diseña como un área acogedora con decoración temática y playlist

musical adaptada a distintos gustos generacionales. Para maximizar las ventas y la fidelización, ofrecemos degustaciones gratuitas, los dos combos especiales y sorteos para premiar la participación del público. También establecemos alianzas con Vitacheese para co-branding y entregamos pequeños obsequios (por ejemplo, chupetes de sandía) al finalizar cada compra, reforzando la experiencia y la gratitud hacia nuestros clientes.