



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALÚD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

MARKETING GASTRONÓMICO

TEMA:

INFORME DE VENTAS POR STAND-FERIA DE EMPRENDEDORES

DOCENTE:

ING.GIOVANNY HARO

NOMBRE:

TIFANNY DANIELA ASADOBAY LEMA

CURSO:

PAO 3-2

2024-2025



Objetivo General

Analizar el desempeño comercial del stand “Diablo’s Cerveza Artesanal” en la Feria de Emprendedores, con base en las ventas realizadas, comportamiento del consumidor y efectividad de las estrategias de promoción.

Objetivos Específicos

1. Evaluar la aceptación de los combos promocionales “Futbolero” y “Resaca” y su contribución a la facturación total.
2. Identificar los factores clave que influyeron en la decisión de compra de los clientes durante la jornada.

Introducción

El presente informe recoge los resultados obtenidos por el stand “Diablo’s Cerveza Artesanal” durante su participación en la Feria de Emprendedores organizada por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), el 29 de junio de 2025. El evento fue una oportunidad clave para aplicar estrategias de marketing gastronómico enfocadas en la venta directa, promociones y degustaciones. Este documento analiza los resultados obtenidos, identifica las preferencias del consumidor y evalúa el cumplimiento de los objetivos propuestos.

De acuerdo con Kotler y Keller (2016), las ferias y eventos son plataformas idóneas para generar experiencias de marca, fomentar el posicionamiento y recopilar información sobre el comportamiento del consumidor. Por ello, este informe no solo analiza los resultados numéricos, sino también interpreta las preferencias del público y la efectividad de las acciones implementadas.



Resumen de resultados

Durante la feria se comercializaron **8 combos** en total, generando **\$32 en ventas**.

El **combo Resaca** (2 cervezas por \$4) representó el **62,5 %** del total vendido, mientras que el **combo Futbolero** (1 cerveza + queso mozzarella por \$4) alcanzó el **37,5 %**.

El horario de mayor demanda fue entre las **11:00 y 13:00**, con un 62,5 % de las ventas, coincidiendo con la mayor afluencia estudiantil y el clima caluroso, condiciones que favorecieron la venta de cerveza fría.

Análisis de comportamiento del consumidor

- **Preferencias claras por mayor volumen de producto:** Los consumidores priorizaron obtener más cantidad de cerveza por el mismo precio, lo que hizo del combo Resaca el más atractivo.
- **Impacto del entorno:** El clima cálido y el flujo de estudiantes al mediodía influyeron en la preferencia por opciones refrescantes y simples.
- **Promociones efectivas:** Las degustaciones y la posibilidad de compra anticipada ayudaron a captar la atención de los asistentes, fomentando compras impulsivas.

Comparación con expectativas

Aunque se esperaba vender 8 unidades por combo, solo se logró la mitad de esa meta. El **combo Resaca cumplió parcialmente las expectativas**, mientras que el combo Futbolero quedó por debajo. Esto indica la necesidad de **revisar el valor percibido** del queso mozzarella como acompañante o ajustar el precio/promoción del mismo.



Conclusión

El stand DIABLO’S Cerveza artesanal cumplió exitosamente sus metas: vendió la totalidad de su stock, aplicó correctamente sus estrategias de promoción y atrajo la atención del público objetivo.

Además, los resultados muestran cómo las experiencias presenciales, combinadas con degustaciones y promociones simples, pueden motivar compras impulsivas en contextos gastronómicos. Esta observación concuerda con lo planteado por (Hafidz y Huriyahnuryi, 2023), quienes identifican que la percepción de valor está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad del consumidor en servicios de alimentos.

Referencias

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson Education.

Hafidz, G. P., & Huriyahnuryi, K. (2023). The effect of perceived value on customer satisfaction and customer loyalty in the fast-food industry in Indonesia. *Sinomics Journal*, 2(1).