



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

esPOCH

Crepes y Waffles



BON
APPÉTIT
El paladar del amor

Marketing Gastronómico

Autores:

Jennyfer Aulla
Camila Flores
Alisson Mera
Emily Ramírez
Jhon Sánchez

Docente:

Ing. Giovanni Haro Sosa

Historia

Un sueño universitario que se convirtió en ícono gastronómico, combinando arte, innovación y compromiso social.

Misión

Despertar admiración por servir arte-sano con amor y alegría a precios razonables.





BON
APPÉTIT
El paladar del amor

Propuesta de valor



Propuesta de valor

Calidad, buen precio y compromiso social en un ambiente acogedor.



Relaciones perdurables con los clientes

Experiencia cercana y acogedora que genera lealtad y conexión emocional.



Obtener valor del cliente

Buen trato, variedad e innovación que fidelizan y fortalecen su crecimiento.



Elementos diferenciales

Modelo de negocio con enfoque social y humano

Inclusión laboral con sentido humano que conecta con el corazón del cliente.

Experiencia gastronómica integral y sensorial

Una experiencia para los cinco sentidos en un ambiente cálido y acogedor.

Innovación constante en productos

Menú en constante evolución que se adapta sin perder su esencia.



Excelente relación calidad-precio

Gastronomía de alta calidad a precios accesibles para la clase media.

Posicionamiento emocional y cultural

Marca con profundo vínculo emocional y relevancia cultural en Colombia.

Estrategia estética y comunicacional orgánica

Comunicación basada en la vivencia real, no en la publicidad tradicional.

Barreras de entrada



Reputación consolidada

Fuerte identidad de
marca y lealtad de
clientes.



Modelo social único

Empleabilidad
femenina y
sostenibilidad difíciles
de replica.



Experiencia integral

Comida acompañada
de vivencia
emocional, ética y
artística.



Economías de escala

Ventajas de costos
gracias a la
optimización de
procesos.





BON
APPÉTIT

El paladar del amor

Segmentación y targeting



- Familias clase media → “gourmet asequible”.
- Multi-target: ejecutivos (L-V) / familia (F-D).
- Cercanía: locales en centros comerciales.





Elementos funcionales, emocionales y de experiencia

- **Funcional** → menú amplio + innovación.
- **Emocional** → “amor servido” por 91 %
mamás staff.
- **Experiencia** → ambiente cálido, platos
artísticos.

Publicidad y medios



Experiencia memorable \Rightarrow voz-a-voz
familiar & e-WOM.

- Locales icónicos= moll “vallas vivas”
abierto 24/7.
- Social media + lanzamientos con
causa.

Logística que potencia el valor



- Las compras masivas + eficiencia = precios bajos
- Cocina ágil → mesero-cliente < 15 min
- Domicilios propios: madres + motos eléctricas



BON
APPÉTIT

El paladar del amor

Estrategia de precios

Los clientes aceptan los precios porque reciben calidad, innovación y una experiencia diferenciada.



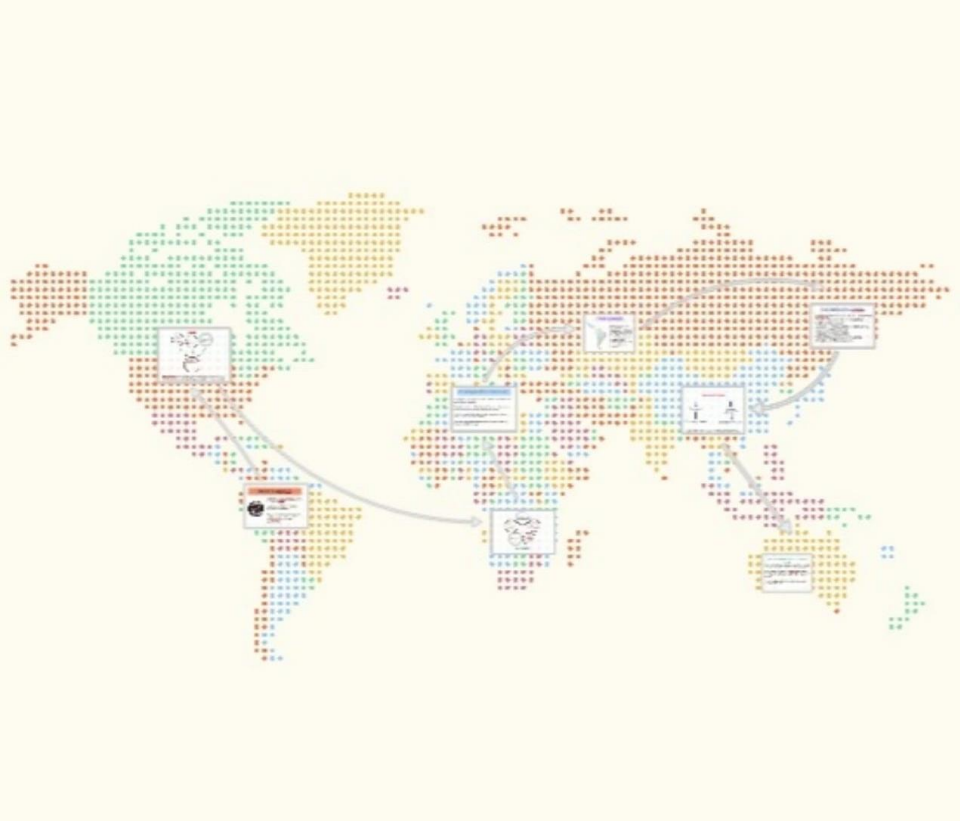


BON
APPÉTIT

El paladar del amor

Expansión internacional

El éxito se debe a la adaptación local, la calidad constante y una marca coherente en todos los países.



Retos futuros



Innovar continuamente
para sorprender al
cliente.



Gestionar competencia
y sostenibilidad.



Cuidar la experiencia
para fidelizar.



CREPES & WAFFLES®



Experiencia del cliente

La clave del marketing es ofrecer un ambiente acogedor, atención amable y una experiencia que invite a volver.



BON
APPÉTIT
El paladar del amor

Personalización que enamora



Menú para todos los gustos.



Atención cálida y cercana.



Ambiente tranquilo.



Platos pensados para impactar todos los sentidos.





Tecnología con propósito humano



Domicilios con madres domiciliarias → motos eléctricas + bioseguridad.



Universidad Crepes & Waffles → formación estandarizada en todos los países.



Instagram como canal emocional → visibilidad de nuevos productos y valores.



Innovación logística sin perder el calor humano.



BON
APPÉTIT

El paladar del amor



BON
APPÉTIT
El paladar del amor

Una marca que toca el corazón

Amor

Amor servido a través del alimento.

Tradición

Parte de la vida familiar colombiana (3 generaciones).



Dedicación

Platos decorados con arte y dedicación.

Marca humana

Compromiso con mujeres y comunidad.



Marketing digital y redes sociales



Conexión emocional



Redes: Instagram y Facebook



Contenido auténtico



Campaña: "El Gusto es Nuestro"



Responsabilidad social empresarial



BON
APPÉTIT
El paladar del amor



*Empleo
inclusivo*



*91% son mujeres
trabajadoras*



*Apoyo a madres
cabeza de familia*



*Impacto social
positivo*





BON
APPÉTIT
El paladar del amor

Gestión de la reputación online (eWOM)



Comentarios
positivos.

Redes y Tripadvisor.



Reputación sólida.

Comunidad fiel.



Sostenibilidad y adaptación a futuros cambios



Proyectos sostenibles



Uso de cacao de Tumaco



Innovación constante



Adaptación a cambios del mercado

"Crepes & Waffles transforma cada experiencia en un acto de amor y conexión humana"

Crepes&Waffles. (s.f.). *Casco Crepes&Waffles: Una verdadera experiencia gastronómica al alcance de las familias de clase media.*