

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1.	Introducción	1
1.2.	Características de la empresa	3
1.3.	Mercado de bebidas alcohólicas espirituosas artesanales	5
1.4.	Mercado del Pisco nacional e internacional	6
2.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN	9
2.1.	Descripción del proyecto	9
2.2.	Oportunidad, su relevancia e hipótesis	9
2.2.1.	Whisky	9
2.2.2.	Vodka	11
2.2.3.	Ginebra o Gin	12
3.	OBJETIVOS	13
3.1.	Objetivo general	13
3.2.	Objetivos específicos	13
4.	MARCO CONCEPTUAL	14
4.1.	Investigación de mercado	14
4.2.	Análisis Estratégico	15
4.3.	Matriz de Priorización	15
4.4.	Marketing Estratégico	15
4.5.	Marketing Mix	16
4.6.	Estrategias de Marketing	17
4.7.	Estudio de factibilidad del mercado	17
4.8.	Tasas e Indicadores	17
5.	METODOLOGÍA	19
5.1.	Investigación de mercado	19
5.1.1.	Estudio de Oferta	19
5.1.2.	Estudio de Demanda	19
5.2.	Selección del destilado	20
5.3.	Plan de Marketing	20
5.4.	Evaluación económica	20
6.	ALCANCES	22
7.	RESULTADOS ESPERADOS	22
8.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	23

8.1.	Productos.....	23
	8.1.1. Whisky.....	23
	8.1.2. Vodka.....	24
	8.1.3. Gin	25
8.2.	Estudio de Oferta	26
	8.2.1. Proceso de búsqueda oferta	27
	8.2.1.1. Whisky.....	27
	8.2.1.2. Vodka	31
	8.2.1.3. Gin.....	35
8.3.	Estudio de Demanda	38
	8.3.1. Encuesta de mercado	39
	8.3.2. Resultados encuesta de mercado.....	40
	8.3.2.1. Preguntas acerca del perfil encuestados	40
	8.3.2.2. Preferencias encuestados	41
	8.3.2.3. Preguntas Whisky	42
	8.3.2.4. Preguntas Vodka.....	43
	8.3.2.5. Preguntas Gin	45
8.4.	Destilado a producir	47
	8.4.1. Matriz de priorización	47
	8.4.2. Conclusiones y toma de decisión.....	48
	8.4.2.1. Conclusión Whisky	48
	8.4.2.2. Conclusión Vodka	49
	8.4.2.3. Conclusión Gin	49
8.5.	Análisis Estratégico.....	50
	8.5.1. Análisis PEST	50
	8.5.2. Análisis FODA.....	51
	8.5.2.1. Fortalezas	51
	8.5.2.2. Oportunidades.....	52
	8.5.2.3. Debilidades	52
	8.5.2.4. Amenazas	53
8.6.	Investigación Gin	54
	8.6.1. Tipos de Gin.....	54
	8.6.1.1. Clasificación Unión Europea	54
	8.6.1.2. Sabor o base botánica	54
	8.6.2. Packaging	55
	8.6.3. Canales de Venta.....	56
	8.6.4. Respuestas encuesta Gin	57
9.	PLAN DE MARKETING	60
	9.1. Marketing Estratégico	60
	9.1.1. Segmentación	60
	9.1.2. Focalización	61
	9.1.3. Posicionamiento.....	61
	9.2. Marketing Mix.....	61
	9.2.1. Producto.....	62
	9.2.2. Precio.....	62
	9.2.3. Plaza	64
	9.2.4. Promoción.....	64

10.	EVALUACIÓN ECONOMICA.....	66
10.1.	Ingresos	66
10.2.	Costos.....	67
10.2.1.	Costos Variables.....	67
10.2.1.1.	Materia Prima.....	67
10.2.1.2.	Insumos secos	69
10.2.1.3.	Flete	70
10.2.1.4.	Distribuidora	70
10.2.2.	Costos Fijos	70
10.2.3.	Margen de contribución por botella.....	72
10.3.	Inversión	73
10.4.	Depreciación.....	73
10.5.	Capital de trabajo.....	74
10.6.	Tasa de descuento	74
10.7.	Flujo de caja.....	75
10.7.1.	Análisis de sensibilidad	77
10.7.1.1.	Sensibilización Ventas	77
10.7.1.2.	Sensibilización Costos Variables.....	78
10.7.1.3.	Sensibilización Costos Fijos.....	78
11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
11.1.	Conclusiones	80
11.2.	Recomendaciones y comentarios finales.....	82
12.	BIBLIOGRAFIA.....	84
13.	ANEXO.....	90
	Anexo A: Principal oferta de Whisky en Chile	90
	Anexo B: Principal oferta de Vodka en Chile.....	93
	Anexo C: Principal oferta de Gin en Chile	96
	Anexo D: Encuesta de mercado	100
	Anexo E: Resultados Encuesta	103
	Anexo F: Detalle matriz de priorización	107
	Anexo G: Detalle Análisis PEST.....	108
	Anexo H: Consumo de gin proyectado en 000´s 9 litre cases	111
	Anexo I: Calculo de volumen de alcohol y agua necesario.....	111
	Anexo J: Ejemplos de costos	112
	Anexo K: Supuesto para el Capital de trabajo.....	116
	Anexo L: Tasa de crecimiento ventas casos optimista y pesimista 000s 9 litre cases.....	116

INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

Gráfico 1:	Ventas Pisquera Tulahuén 2014 a 2019.....	5
Gráfico 2:	Consumo anual de pisco en Chile	8
Gráfico 3:	Variación de consumo anual de pisco entre 2013 a 2017 en Chile	8

Gráfico 4: Consumo anual de whisky en Chile.....	10
Gráfico 5: Consumo anual de vodka en Chile	11
Gráfico 6: Consumo anual de gin en Chile.....	12
Gráfico 7: Consumo anual de Whiskys más consumidos entre 2010 y 2017	29
Gráfico 8: Consumo anual por tipo de Whisky entre 2010 y 2017	29
Gráfico 9: Consumo anual por calidad de Whisky entre 2010 y 2017	30
Gráfico 10: Consumo anual de Vodkas más consumidos entre 2010 y 2017	33
Gráfico 11: Consumo anual por tipo de Vodka entre 2010 y 2017.....	33
Gráfico 12: Consumo anual por calidad de Vodka entre 2010 y 2017	34
Gráfico 13: Consumo anual de Gin más consumidos entre 2010 y 2017	37
Gráfico 14: Consumo anual por calidad de Gin entre 2010 y 2017.....	37
Gráfico 15: Preferencia destilados encuestados.....	41
Gráfico 16: Preferencia consumidores destilados encuestados.....	41
Gráfico 17: Disposición a tomar whisky nacional encuestados	42
Gráfico 18: Disposición a pagar por whisky nacional encuestados.....	43
Gráfico 19: Disposición a tomar vodka nacional encuestados	44
Gráfico 20: Disposición a pagar por vodka nacional encuestados	44
Gráfico 21: Disposición a tomar gin nacional encuestados.....	46
Gráfico 22: Disposición a pagar gin nacional encuestados.....	46
Gráfico 23: Rango de edad de encuestados que prefieren el gin	57
Gráfico 24: Genero de encuestados que prefieren el gin.....	57
Gráfico 25: Ocupación de encuestados que prefieren el gin.....	58
Gráfico 26: Preferencia de canales de venta de gin antes de la crisis sanitaria.....	58
Gráfico 27: Preferencia de canales de venta de gin en la crisis sanitaria	59
Gráfico 28: Proyección consumo de gin hasta 2025	60
Gráfico 29: Disposición a pagar gin nacional del segmento seleccionado en encuestados	63
Tabla 1: 000s 9 litre cases vendidas desde 2007 a 2017 de bebidas espirituales en el país	6
Tabla 2: 000s 9 litre cases vendidos desde el año 2007 a 2017 de pisco por las principales empresas en el mercado nacional.....	7
Tabla 3: Principal oferta de Whisky en Chile	27
Tabla 4: Principal oferta de Vodka en Chile.....	31
Tabla 5: Principal oferta de Gin en Chile	35
Tabla 6: Opciones de relevancia para criterios.....	47
Tabla 7: Matriz de priorización.....	48
Tabla 8: Estrategias Análisis FODA.....	53
Tabla 9: PVP competencia artesanal nacional	63
Tabla 10: Ingresos estimado hasta el año 2025	66
Tabla 11: Litros de alcohol y agua para elaboración de las botellas.....	68
Tabla 12: Costo de alcohol y leña en el periodo de evaluación	68
Tabla 13: Receta para evaluación económica	68
Tabla 14: Costo total botánicos para el periodo de evaluación	69
Tabla 15: Costo insumos secos para el periodo de evaluación	69
Tabla 16: Costo anual de flete	70
Tabla 17: Costo de distribuidora para el periodo de evaluación	70
Tabla 18: Trabajadores necesarios y renta para el periodo de evaluación.....	71

Tabla 19: Costos fijos varios.....	72
Tabla 20: Margen de contribución por botella.....	72
Tabla 21: Flujo de caja esperado.....	76
Tabla 22: Indicadores flujo de caja	76
Tabla 23: Escenarios con variación de ventas.....	78
Tabla 24: Escenarios con variación de costos variables	78
Tabla 25: Escenarios con variación de costos fijos	79

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Productos de la pisquera	3
Ilustración 2: Organización empresa	4
Ilustración 3: Seis pasos proceso de investigación de mercado	15
Ilustración 4: Marketing Mix 4Ps.....	17
Ilustración 5: Análisis PEST	51