



“BEERGARDEN”

Parte I

**PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN MARKETING**

Alumna: Anastasia Garcia Pinto

Profesor Guía: Eduardo Torres

Santiago, noviembre de 2017

Indice

N° Pág

1. Resumen Ejecutivo.....	3
Análisis Situacional	
2. Medio ambiente (entorno).....	6
3. Industria.....	7
4. Competencia.....	13
5. Consumidor (mercado).....	18
6. Conclusiones.....	22
7. Análisis FODA.....	23

Resumen Ejecutivo

Quienes somos:

Beer Garden es más que venta de cerveza artesanal, somos una comunidad de amantes cerveceros con un mismo objetivo, elevar tu amor por la cerveza artesanal aprendiendo y disfrutando de un mundo lleno de cosas por descubrir.

En Beer Garden, te brindamos las herramientas para explorar tu pasión más allá del consumo de cerveza y te abrimos a encontrarte con personas que pueden enriquecer tu experiencia cervecera.

Servicio:

Existe una tendencia a nivel mundial de explorar los sabores y atributos de la cerveza artesanal. Además, de la necesidad de satisfacer la alta demanda de cerveza artesanal que existe hoy en Chile.

Entendiendo al amante de la cerveza en especial de aquella que está producida en manera artesanal, creamos BEER GARDEN. Un espacio que tiene como objetivo principal: crear una comunidad de amantes de la cerveza artesanal, proveyendo sabores y orígenes exclusivos, además de crear una experiencia única alrededor de la producción de la misma.

El servicio contará con plataformas digitales para la venta de las cervezas, mientras que la distribución de las mismas se llevará a cabo por medio de un proveedor externo.

¿Cómo lo haremos?

Por medio de la creación de un club de cerveza artesanal que contará con membresías mensuales y la comercialización de cerveza artesanal en plataformas digitales, creando así una comunidad y a su vez la facilidad de recibir la cerveza donde el cliente lo prefiera.

Beer Garden

Club:

Beer Garden es un club activo para amantes de la cerveza artesanal.

Membresías:

Pilsen Lover

Precio (25.000CLP)

Para el amante de la cerveza artesanal que quiere ir más allá de solo disfrutarla. Quiere explorar y ser miembro activo de un mundo lleno de cosas por descubrir.

Mensualmente 10 cervezas artesanales a su elección en tu domicilio.

Un taller mensual relacionado con la producción y realización de cerveza artesanal.

Acumulación de 20 puntos mensuales para cambiarlos por merchandising cervecero.

15% de descuento en el consumo de cerveza en los bares y restaurantes aliados.

Cupo anual con un 20% de descuento y la posibilidad de participar por un cupo gratuito para asistir al tour de la cerveza en Praga.

Chelero Hour

Precio (15.000 CLP)

Mensualmente recibe 6 cervezas artesanales variadas en su domicilio.

Un taller trimestral relacionada con la producción y realización de cerveza artesanal.

Acumulación de 10 puntos mensuales para cambiarlos por merchandising cervecero.

10% de descuento en el consumo de cerveza en los bares y restaurantes aliados.

Boho Chic

Precio (9.000 CLP)

Mensualmente recibe 4 cervezas artesanales variadas en su domicilio.

Acumulación de 5 puntos mensuales para cambiarlos por merchandising cervecero.

Actividades:

Las clases de introducción a la cerveza o producción de cerveza artesanal, maridajes para acompañar las cervezas y acceso preferencial a catas. Suscripción a la revista digital que provee de contenido original del mundo de la cerveza artesanal, entrevistas, recetas y maridajes recomendados para las cervezas.

E-Commerce:

Sitio web en el que los amantes de la cerveza artesanal podrán ingresar por medio de un registro de usuario a cervezas artesanales de todo el mundo. Además, podrán acceder a una comunidad de cerveceros artesanales por medio de:

1. Membresías.
2. Compra en línea de cerveza artesanal.
3. Registro para acceder a talleres de producción artesanal, tours de cerveza, promociones, información y descuentos.
4. Dejando sus comentarios y compartiendo su experiencia con otros amantes de la cerveza artesanal.

Aplicación:

El desarrollo de esta aplicación tiene el fin de concentrar nuestros servicios de forma más accesible para nuestros clientes. En ella podrán, con su usuario:

- Comprar
- Compartir momentos
- Acceder a descuentos
- Registrarse en talleres

RRSS:

Serán nuestra fuente de información, comunicación y tráfico a la plataforma para la venta.

Análisis Situacional

Medioambiente

Análisis PEST: político-legal, económico, sociocultural, tecnológico, ambiental.

Factores Políticos y Legales:

Ley N.º 18.455: Fija normas sobre la producción, elaboración, comercialización, exportación e importación de alcoholes etílicos, bebidas alcohólicas y vinagres.

Ley N.º 19.925: Regula el expendio de bebidas alcohólicas; las medidas de prevención y rehabilitación del alcoholismo, y las sanciones y los procedimientos aplicables a quienes infrinjan las disposiciones pertinentes.

Ley N.º 19.716: Adecua a las normas de la Organización Mundial del Comercio sobre el impuesto adicional al impuesto al valor agregado que grava a las bebidas alcohólicas.

Ley N.º 20.580: Modifica Ley N.º 18.290, aumentando las sanciones por manejo en estado de ebriedad, bajo la influencia de sustancias estupefacientes o sicotrópicas, y bajo la influencia del alcohol.

Factores Económicos:

Tendencia a un crecimiento en el consumo de cerveza premium acompañado de un crecimiento gradual de la economía chilena. La economía chilena va tomando impulso y está previsto que acelera paulatinamente.

Factores Sociales y Medioambientales:

Hay una demanda por productos exclusivos. Búsqueda de calidad para tener un mejor estilo de vida. Deseo de pertenecer a un cierto estatus social. La nueva tendencia orgánica promueve productos naturales y saludables.

Factores Tecnológicos:

Mejoras en la cadena de suministro de la cerveza, incluyendo logística, distribución y manejo de inventario con nuevas tecnologías y empresas especializadas. En la producción de cerveza también se observan mejoras.

Industria

Definición

Las cervecerías artesanales se pueden definir como empresas donde los procesos son menos mecanizados, se trabajan en menor cantidad, a diferencia de las cervecerías corporativas a gran escala y sus dueños son independientes. Este tipo de cervecerías se caracterizan generalmente por su énfasis en el sabor y la técnica de fermentado.

Producción

Además, como elemento diferenciador destaca que no utilizan ningún tipo de conservantes fuera de los propios elementos necesarios para la fabricación como el agua, lúpulo, malta y levadura.

Entre los insumos básicos para la fabricación de las cervezas se pueden encontrar productos de calidad como maltas tipo dulces, distintos tipos de productos que otorgan el sabor amargo a la cerveza y levaduras especiales para realizar distintas variedades.

Sabores

Las cervezas se clasifican según sus procesos de fermentación.

1. Cervezas que fermentan a baja temperatura: corresponden a la familia de las “lager”. Son las cervezas que utilizan levaduras que fermentan a una temperatura entre 5° C y 10° C. Se caracterizan por ser espumosas, suaves y de agradable amargor. Las hay rubias y negras, así como “sin alcohol”.

A esta familia corresponden, entre otras, las cervezas tipo:

- Pilsen
- Viena
- Múnich
- Bock
- Dortmund
- Sin alcohol

2. Cerveza que fermentan a alta temperatura: se las conoce también como “ale”, y se las identifica por su sabor más fuerte, mayor cuerpo y, en muchos casos, el amargor del lúpulo. La temperatura varía entre 5° C y 25° C.

En esta misma categoría están las llamadas “negras stout”, bebidas en las cuales la malta se lleva a un punto de tostado que les da un tono más oscuro.

A esta familia corresponden, entre otras, las cervezas tipo:

- Ale
- Pale Ale
- Indian Pale Ale
- Ale Dorada
- Sparkling Ale
- Mild
- Brown

Cervezas de alta fermentación de maltas tostadas:

- Porter
- Stout

3. Cervezas de fermentación espontánea: son elaboradas con levaduras naturales y, por lo mismo, tienen compuestos afrutados. En este grupo –casi desconocido en Chile– se ubican las llamadas “lambic”, que tienen poco gas y poca espuma.

A esta familia corresponden, entre otras, las cervezas tipo:

- Gueuze
- Faro
- Kriek
- Frambozebier

Historia

El movimiento de las cervecerías artesanales comenzó en la década de 1970 en el Reino Unido y posteriormente se extendió a otros países. A medida que el movimiento creció, algunas cervecerías expandieron su producción y distribución, y el nombre de cervecería artesanal pasó a ser reemplazado por el término más amplio de producción artesanal.

Datos duros

- Aumento de la demanda de cerveza (6% anual)
- Tendencia a la baja en la estacionalidad
- Aparición del nicho de las cervezas Premium (15% anual)

- Público más exigente e informado
- Participación de mercado 1%
- Industria que mueve cerca de US\$ 15 millones
- Más de 300 tipos de cervezas Premium
- Consumo per cápita es cercano a los 45 litros (25 litros hace 10 años)
- Marcas artesanales locales que están exportando al exterior

El sector de los productores artesanales de cerveza ha experimentado un importante crecimiento en los últimos 10 años. En la actualidad ya suma alrededor de 300 empresas, según datos de la Asociación de Productores de Cerveza de Chile (Acechi).

El posicionamiento de nuevos productores se ha ido consolidando en el último tiempo. Según datos de un estudio realizado por la Acechi, el 63% de los encuestados produce cerveza de manera formal desde hace menos de cinco años, mientras que un 11% lleva más de una década haciéndolo. En tanto, un análisis de la consultora Nielsen indica que la cerveza premium creció entre el 10 y el 15% en los dos últimos años.

El sector cervecero reconoce que los pequeños productores diversificaron la oferta y acercaron a nuevos compradores. Actualmente el consumo per cápita de cerveza es cercano a los 45 litros, cifra muy superior a los 25 litros que se registraba hace 10 años.

"El consumo de esta cerveza creció en Chile en la última década (...) va bien con una diversidad de platos y por su bajo contenido alcohólico es muy atractiva para el consumidor nacional", señala la presidenta de Acechi. A su vez sostiene que los consumidores de este tipo de productos son principalmente jóvenes entre 25 y 35 años, "conocedores y exigentes" de ingredientes y procesos de preparación, que les gustan "los sabores acentuados".

Mercado

Cerveza industrial

El mercado cervecero en Chile está concentrado prácticamente por CCU y Cervecerías Chile que acaparan casi el total de las ventas de esta bebida, mientras que el resto se compone por cervezas artesanales e importadas. Dentro de las cervezas artesanales de mayor importancia dentro del mercado nacional en términos de volumen se encuentran: Cerveza Kunstmann y Cerveza Austral (ambas pertenecientes a CCU), entre otros.

Cerveza artesanal

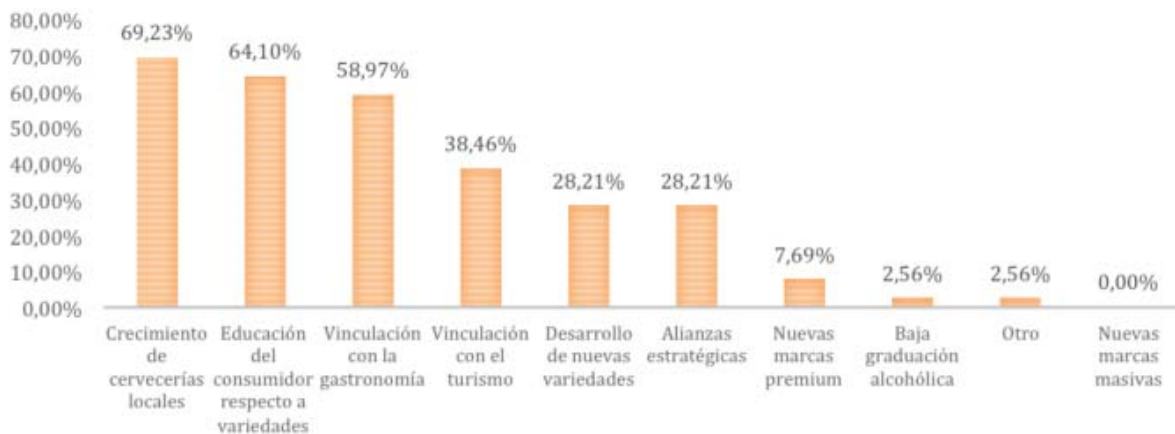
A continuación, se presentan algunas de las empresas más destacadas de cerveza artesanal con sus marcas producidas y comercializadas (todos miembros de Acechi):

- Casa Cervecera Quinta Normal S.A.
 - Quimera Pale (5°)
 - Quimera Amber Ale (5,7°)
 - Quimera Imperial Stout (8,2°)
 - Quimera Barley Wine (9,5°)
- Cervecera Guayacán Ltda.
 - Guayacán Golden Ale
 - Guayacán UNO
 - Guayacán Pale Ale
 - Guayacán Stout
 - Guayacán Chañar
- Cervecería Mestra
 - Mestra Blonde Ale
 - Mestra Scotch Ale
 - Mestra Amber Ale
 - Mestra Stout
 - Mestra Lager Pilsen
 - Mestra Cero Alcohol
- Cervecería Kross / Southern Brewing Company
 - Kross Golden Ale
 - Kross Stout
 - Kross Pilsner
 - Kross Maibock
 - Kross 5
- Cervecería Rothhammer / Handwerk Brewers Chile Ltda.
 - Rothhammer Politik Kills (9,0°)
 - Rothhammer Cosmos (barley wine)

- Rothhammer Meantime (blonde ale)
- Rothhammer Brutal Hops (I.P.A.)
- Rothhammer Bones (oak stout)
- Rothhammer Good Vibration (golden ale)
- Cervecería Szot / Rep Chile Beer Kevin Szot
- Szot Amber Ale
- Szot Negra stout
- Szot Rubia al vapor
- Szot Strong Ale
- Szot Barley Wine
- Szot Double Imperial IPA (DIIPA)
- Szot Salvaje
- Szot Pale Ale
- Cervecería Tübinger / Importadora y Exportadora Bulcaun S.A.
- Tübinger Pale Ale
- Tübinger Red Ale
- Tübinator (cerveza negra del tipo Strong Dark Ale)
- Tübinger Stout
- Tübinger Hefeweizen (con malta de trigo)
- Maltexco
- Cerveza D'Olbek
- Rubiaike (lager)
- Pampa Ale (pale ale)
- Cerveza Grassau
- Grassau Lager
- Grassau Allipen Ale
- Grassau Weizen
- Grassau Bock
- Grassau Nahuén
- Grassau Wallmapu lager
- Cerveza +56
- +56 Pale Ale
- +56 Outmeal Stout

- Cerveza Mungku
 - Pale Ale en base a sorgo (apta para celíacos)
- Navarro y Compañía
- Ge Corp

¿Cuáles son las principales oportunidades que representa la industria de cerveza artesanal en Chile?



5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los compradores o clientes: nuestros clientes son gente entre 25 y 50 años que son en su mayoría internautas del público masculino con un nivel socioeconómico medio a alto. Están muy involucrados con lo digital, por lo tanto, consumen mucho por internet y aprecian el envío a domicilio porque la mayor parte son trabajadores full time que no tienen tiempo de ocuparse de hacer las compras para el hogar. De repente podría pasar que se conviertan en una amenaza porque no están dispuestos a asociarse a largo plazo ya que no se quieren sentir atados a una membresía. También podrían sentir recelo por los precios y prefieren pagar cuando realmente lo requieren. Nosotros tenemos que ser realmente convincentes con la propuesta de valor del club.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores: nuestros proveedores van a ser nuestro esqueleto principal ya que sin ellos no podríamos subsistir. Ellos saben de este poder, por lo tanto, mantener una buena relación es imprescindible. Pueden tener muchos requerimientos de marca, precios, exclusividad, etc., que debemos considerar. Se pueden

convertir en una amenaza en la medida en que se quieran independizar con una forma de venta similar a la nuestra o irse con nuestra competencia directa y tener mejores *deals*.

Amenaza de nuevos competidores entrantes: es sabido que cuanto más innovador es un negocio, mayor será la competencia ya que existen pocos competidores en el mercado. Por eso hay que estar preparados para la entrada de nuevos competidores que quieran parecerse a nosotros sobre todo en el desarrollo digital. Hay que saber destacarse para marcar la diferencia y tener una ventaja competitiva en el mercado.

Amenaza de productos sustitutos: claramente puede existir otro tipo de sustitutos de la cerveza. Para empezar, nuestra mayor amenaza es la cerveza industrial porque el cliente puede optar fácilmente por esta opción al tener más publicidad y canales de acceso. Sin embargo, el vino es uno de los productos sustitutos que más fuerte puede competir con nosotros, incluso con el concepto del club y nuestra propuesta valor. También hay que considerar otros factores como: precios, facilidad de compra, nivel del producto o servicio, disponibilidad, variedad, etc. Todos puntos para comprar entre productos.

Rivalidad entre los competidores: esto viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. Por el momento estamos en ventaja porque tenemos pocos competidores directos, pero a medida que crezcan tendremos menos rentabilidad por lo tanto hay que estar preparados.

Competencia:

Industria

Bares y Restaurantes:

En su mayoría la carta ofrece una variedad de cervezas de barril y botella. Con la llegada y el auge de la cerveza artesanal, se han ido incorporando nuevos sabores, cuerpos y orígenes a la carta.

Usualmente la cerveza se acompaña con la comida, para luego pasar a licores más fuertes. La carta de los restaurantes ofrece una variedad de cervezas de barril o envasadas, nacionales y extranjeras.

Por otro lado, encontramos que en Santiago existen 16 bares/pubs, que se dedican al expendio de cerveza artesanal. En los que se distinguen lugares con concepto irlandés, alemán e inglés.

Dentro de este listado, los mejores rankeados según Zoomato, son:

- Cervecería Rústico, Maipú. Variedad de cervezas de Chile y el mundo.
- Pepperland, Providencia. Variada carta de cervezas.
- St. Patrick's Day, Santiago Centro. Tradicional pub irlandés.
- Starngber, Vitacura. Restaurante tradicional alemán.

Proveedores de cerveza artesanal

Beervana:

<https://www.beervana.cl>

Beervana partió en diciembre 2013 con una tienda física en Providencia. En la que se encuentra una variedad de oferta de cervezas, cristalería, poleras, accesorios cerveceros y pack de regalo.

Además, cuenta con una página web en la que cuentan con la venta en línea y despacho a domicilio a nivel nacional de cerveza artesanal premium. Su foco está en vender cervezas belgas, estadounidenses y chilenas al por mayor y menor.

Ofrecen un servicio de búsqueda de puntos de hidratación en los cuales distribuyen su cerveza.

Cervecería Principal:

<http://www.cerveceriaprincipal.cl/>

Distribuidor de cerveza artesanal que además produce su propio portafolio de cerveza artesanal. Se encuentra ubicado en Principal, Pirque de donde viene su nombre.

Su planta produce actualmente:

- Brewhouse de 20 hl (2000 litros)
- Capacidad actual en fermentadores: 5 de 4000 litros, 1 de 3000 ltrs y 3 de 2000 ltrs
- Capacidad total actual: 29.000 litros en fermentadores
- Venta al por mayor y menor

Chile Bel:

<http://chilebel.cl/>

Es el importador más reconocido de cervezas belgas en Chile.

Cuenta con una variedad acotada de marcas, pero de alta gama.

La venta es al por mayor y menor, por medio de su página web.

Otros importadores:

- Almacén Cerveceros
- Antihue
- Chile Inox
- Cristopher Baeza
- Della Toffolla
- GE Corp
- House Trinidad
- Insumos Cerveceros Prost
- Insumos Lagunillas
- Maltexco
- Minicerveceria
- Navarro y Cia

Marca

La competencia a nivel de marca se concentra en tres pioneros en el formato de venta de cerveza artesanal por e-commerce. Tanto el Club de la Cerveza como Beerly, venden un concepto de club cervecero artesanal por medio de las inscripciones a su servicio de entrega a domicilio. Sin embargo, no han explotado en su totalidad el real potencial de tener un club cervecero en línea.

Club de la Cerveza



<https://clubdecervezas.cl/>

Este emprendimiento chileno tiene como objetivo juntar a los amantes de la cerveza artesanal y llevarla a su hogar. En su página, ofrecen la posibilidad de obtener varios packs de cerveza artesanal con la promesa de un trato personalizado, llevando la cerveza artesanal al hogar de cada cliente.

Sin embargo, no cuentan con una extensa variedad de cervezas artesanales, se centran en tres orígenes: Belga, EE. UU. y Chile.

Además, su modelo tiene tres tipos de membresías para llevar todos los meses un pack con una selección de cervezas y regalos cerveceros exclusivos a los hogares de los consumidores. Con esto los usuarios se hacen parte del Club.

1. Artesano Cerveceros:

Por **\$16.990 mensuales**, recibes **8 cervezas todos los meses**, 3 tipos de cervezas **artesanales chilenas (3-3-2)** y cada mes son cervezas diferentes.

- Al suscribirse por la página obtienes automáticamente un 10% de descuento por las compras a través de www.clubdecervezas.cl durante el periodo de suscripción.
- Envío incluido a RM y a la región de Valparaíso continental.
- Además, incluye un boletín electrónico con las características de las cervezas que vienen en la caja, nota de cata, información del productor, etc.
- Despachos entre la segunda y tercera semana de cada mes.

2. **Socio cervecero:**

Por **\$19.900 mensuales**, recibirás **8 cervezas** de **3-4 tipos de cervezas diferentes** todos los meses entre nacionales e internacionales. Las cervezas cambian todos los meses.

- Obtienes un descuento de 10% en los productos de nuestra tienda online.
- Envío incluido a RM y a la región de Valparaíso continental.
- Además, incluye un boletín electrónico con las características de las cervezas que vienen en la caja, nota de cata, información del productor, etc.
- Despachos entre la segunda y tercera semana de cada mes.

3. **Maestro Cervecero:**

Por **\$35.900 mensuales**, recibirás **16 cervezas todos los meses**, 4 tipos de cerveza entre nacionales e internacionales, **además de un vaso o copa.**

- Obtienes un descuento de 10% en los productos de nuestra tienda online.
- Envío incluido a RM y a la región de Valparaíso continental.
- Además, incluye un boletín electrónico con las características de las cervezas que vienen en la caja, nota de cata, información del productor, etc.
- Despachos entre la segunda y tercera semana de cada mes.

Beerly



<https://www.beerly.cl/>

Este emprendimiento está dedicado a construir una comunidad de cerveceros artesanales potenciando en especial la cerveza artesanal chilena.

El club cuenta con un registro, en el que por medio del modo de pago que prefieras, tienes la opción de recibir un Beerly Kit con una selección de 6 distintas cervezas de origen nacional de manera mensual. Además, la suscripción a la revista y regalos en cada envío.

El costo del primer mes de membrecía es de 9.990 CLP.

Tomo Cerveza:



<http://www.tomocerveza.cl/>

Este emprendimiento está más bien enfocado a informar sobre la cerveza artesanal, dónde encontrarla, recomendaciones, tipos, orígenes eventos, entre otros temas relevantes para los amantes de la cerveza.

En resumen; el foco principal de estas empresas que compiten con nosotros a nivel de marca es el potenciar la venta de cerveza artesanal chilena. Además, los clubes están más enfocados en el despacho de cerveza puerta a puerta, que en realidad crear una experiencia de valor para sus clientes.

Consumidor:

Actualmente, según el gremio cervecero (**Asociación de Productores de Cerveza de Chile**), existe un crecimiento de 3% en el consumo de cerveza durante este año. Anualmente, cada chileno bebe 45 litros de cerveza, cantidad que ha ido en explosivo aumento, creciendo tres veces más que hace diez años.

Este incremento se observa principalmente en el segmento artesanal, que ha experimentado un alza de 15% en el consumo en relación con el año anterior. Actualmente, este tipo de cervezas tiene una participación de 1% en el mercado de los alcoholes.

El *peak* del consumo se manifiesta especialmente en los meses más cálidos, época en que se concentra el consumo alcanzando un 50% de las ventas, siendo los principales compradores el público entre 25 y 55 años.

Según las cifras que maneja la industria, de cada **100 cervezas que se toman en Chile**, 14 son premium, cifra impensada años atrás y que demuestran el alza consistente que han tenido en los últimos siete años aumentando un 62% sus ventas.

Quisimos indagar sobre nuestro grupo objetivo y así entender mejor cuáles son sus intereses sobre cerveza artesanal y cómo podemos mejorar su experiencia con Beer Garden, en comparación con la que reciben hoy con los otros competidores.

Muestra

Hombres y Mujeres

20-33 años

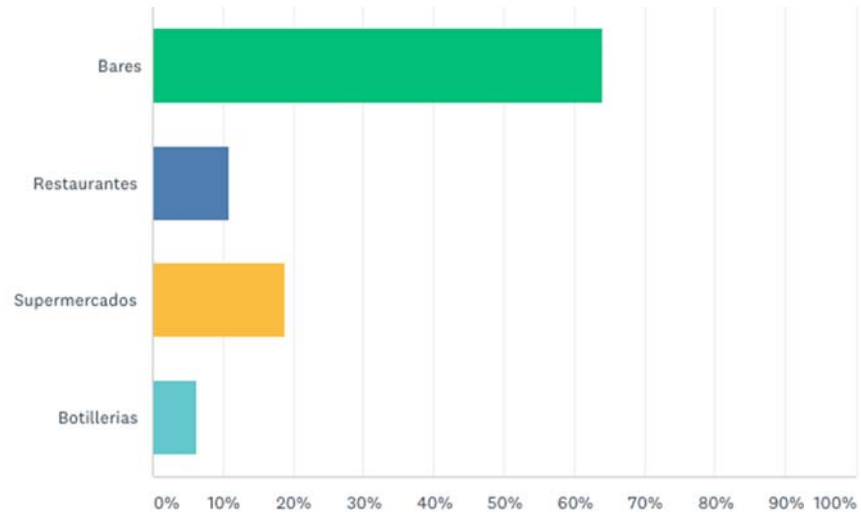
Santiago, RM

100 personas

Encuesta

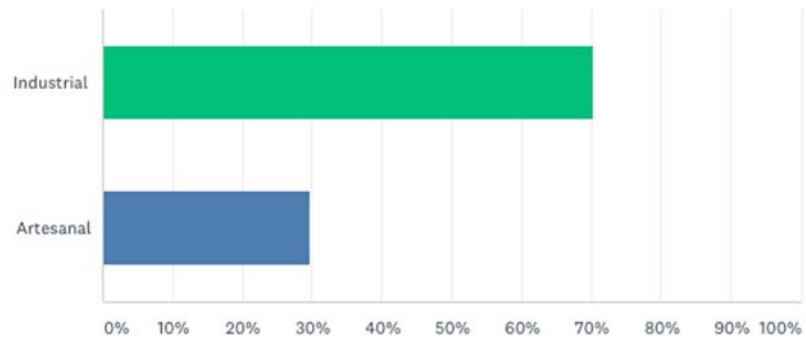
¿Dónde consumes o adquieres cerveza artesanal?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



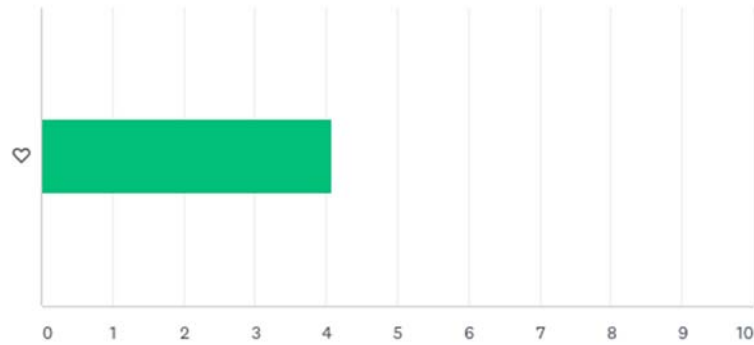
¿Qué tipo de cerveza consumes habitualmente?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



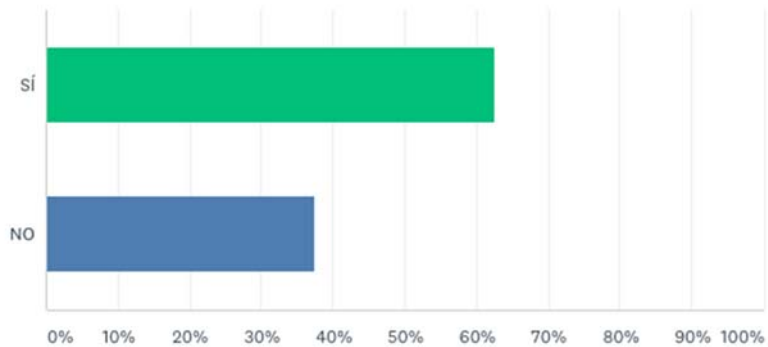
¿Cómo calificas el sabor de la cerveza artesanal?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



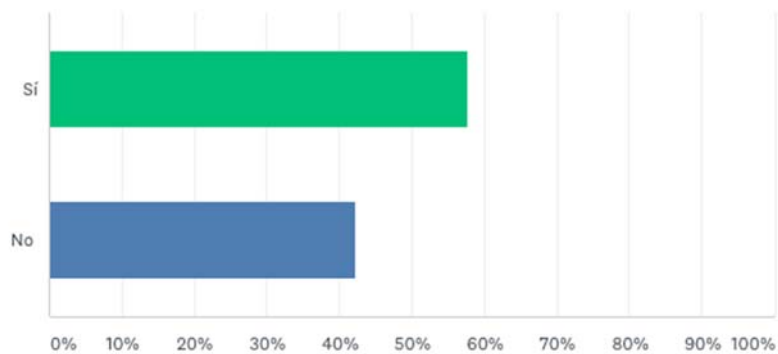
¿Te gustaría formar parte de un club de la cerveza artesanal?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



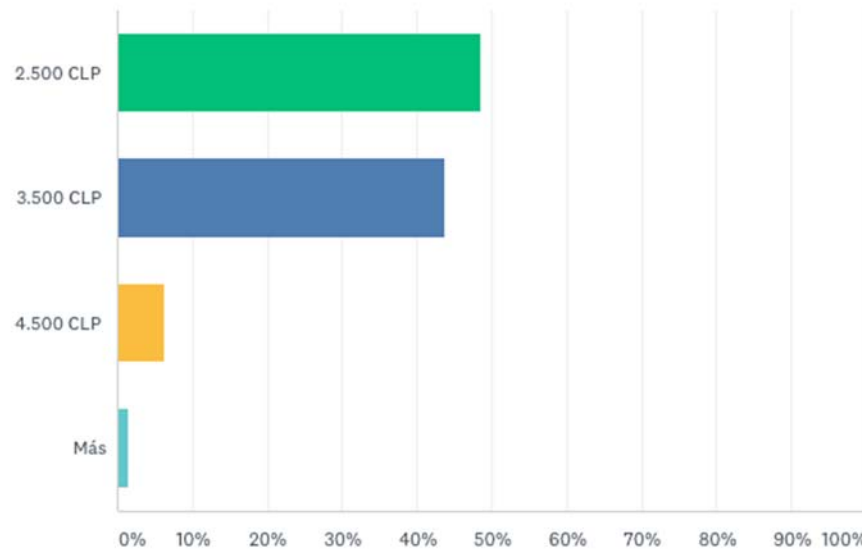
¿Asistirías a talleres para aprender a hacer cerveza o informarse?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



¿Cuánto pagarías por una cerveza artesanal?

Respondidas: 64 Omitidas: 0



Conclusiones

En resumen, la encuesta nos muestra claramente que nuestro competidor más fuerte son los bares porque los consumidores asocian el consumo de cerveza con ir a un lugar. Sin embargo, esto también nos permite entender el espacio social que buscan los usuarios al relacionarse con la cerveza. El Club de Beer Garden, se convierte en una buena oportunidad para reunir a los interesados en descubrir, como lo muestra la encuesta, la producción y el proceso de la creación de cerveza, además de ser parte de un club cervecero con actividades relacionadas. El consumo de cerveza industrial sigue estando por delante que el artesanal, sin embargo, los consumidores están dispuestos a pagar más por consumirla de manera especial.

FODA

FORTALEZAS:

- Experiencia en el desarrollo digital

OPORTUNIDADES:

- Crecimiento en el consumo y expansión de ferias y festivales de cerveza a lo largo de todo el país, apertura de bares de cerveza artesanal y posicionamiento en el retail.
- Posibilidad de desarrollar esta categoría considerando que hay pocos actores que hagan lo mismo.
- Amplia variedad de red de proveedores disponibles: alianzas con los proveedores de mejores estándares de calidad y mucha variedad de productos con diferentes sabores.
- Necesidades de mercado insatisfechas: necesidad latente de recibir una selección de las mejores cervezas en la comodidad de tu hogar con un flujo mensual y también de asistir a un club de cerveza para especializarse.
- Mayor conocimiento de los consumidores: paladares cada vez más exigentes y dispuestos a pagar más de lo que pagaban antes por una buena cerveza. Adicional a esto, interés por participar de clases para perfeccionar su conocimiento dentro de una comunidad de cerveceros.
- Alianza con bares de cerveza artesanal para tenerlos como sede de las clases que se van a dictar al no tener un espacio físico propio.

DEBILIDADES:

- Poca experiencia en empezar un negocio desde cero.

AMENAZAS:

- Competencia directa

Bibliografía

<http://www.acechi.cl/>

<http://www.economiaynegocios.cl/>

<https://www.empresariosenred.cl/>