

TRABAJO PRÁCTICO MARKETING

Lucas Vigneau
Bautista Malato
Lucas Arana
Lilian Duran
Juan Martín Pociunas



UADE

Cerveza andes

1.

Andes Origen (antes, Andes) es una marca de cerveza de origen argentino fundada en 1921 por el inmigrante Otto Bemberg, oriundo de Alemania. Lleva dicho nombre en honor a la cordillera de los Andes. Es fabricada en la ciudad de Godoy Cruz de la provincia de Mendoza y se comercializa en Cuyo y el noroeste argentino. Actualmente es propiedad de Cervecería y Maltería Quilmes.



2.

Visión: Consolidarse como la marca de cerveza preferida en Argentina y expandirse a los mercados mundiales.

Misión: Crear cervezas excepcionales utilizando los mejores ingredientes, procesos de producción sostenibles y prácticas responsables.

Valores: "La calidad, la sostenibilidad, la innovación y el respeto y compromiso por la naturaleza".

3.

Análisis **PESTEL**

Político:

- Reglamento sobre bebidas no alcohólicas
- Políticas de salud pública que promuevan el consumo moderado de alcohol.

Económico:

- Crecimiento del mercado de bebidas no alcohólicas.
- Cambios en los precios de las materias primas.
- Nivel de competencia en el mercado de la cerveza sin alcohol.

Social:

- Cambios en las preferencias de los consumidores por bebidas saludables
- Crear conciencia sobre el consumo de alcohol
- Crecimiento del mercado de la salud y el fitness y efectos del alcohol

Tecnología:

- Desarrollar nuevas tecnologías para la producción de cerveza sin alcohol.
- Innovaciones en la producción de cerveza con contenido de alcohol reducido.
- Utilice ingredientes alternativos para mejorar el sabor y la calidad.

Ecología:

- Impacto medioambiental de la producción de cerveza sin alcohol.

- Uso sostenible de materias primas y recursos.
- Reducir los residuos y las emisiones en la producción.

Legal:

- Reglamento sobre etiquetado y publicidad de bebidas no alcohólicas.
- Leyes relativas a la venta y consumo de alcohol.
- Patentes y derechos de autor relacionados con la producción de cerveza sin alcohol.

Análisis **FODA**

Fortaleza:

- Inclusiva: permite a personas que no pueden o no quieren consumir alcohol y así poder disfrutar de la experiencia social de tomar una cerveza.
- Saludable: es anti inflamatorio busca reducir el consumo de alcohol contiene antioxidantes y no tiene colesterol, combate el insomnio.
- Calidad: mantiene la calidad y el sabor de la cerveza original, elaborada con ingredientes nacionales.
- Innovación: muestra la capacidad de "Andes" de innovar y adaptarse a las tendencias del mercado.

Oportunidades:

- Crecimiento en el mercado: En general la demanda de cerveza sin alcohol va en aumento y nuestro producto es un gran candidato ya que representa calidad.
- Colaboraciones: Cumple con todos los requisitos de bienestar para colaborar con las marcas de bienestar y fitness.

Debilidades:

- Disponibilidad: el producto no está disponible en ciertas regiones del país.
- Dependencia: la cerveza sin alcohol aún depende de la materia prima (Cebada y otros cereales).
- Percepción de sabor: algunos consumidores perciben el sabor de la cerveza sin alcohol menos intenso que el original.

Amenazas:

- Competencia: el mercado de cerveza sin alcohol es competitivo, con muchas marcas locales e internacionales.
- Factores externos: la producción y la comercialización de la cerveza sin alcohol en este país sufre de constantes regulaciones debido a los cambios de gobiernos.

4.

Los cambios clave que Andes Origen realizará dentro de la cadena de valor se enfocan principalmente en:

- Desarrollo de tecnología: diseño de bebida gaseosa replicando el sabor de una cerveza normal.

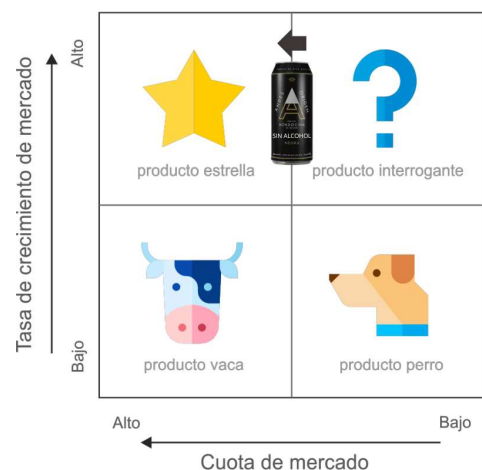
- Marketing y ventas: nuevo diseño de envase; promover la reducción de ingesta de alcohol; a un menor precio.
- Logística de entrada: disminuir insumos “viejos” y traer insumos nuevos para la fabricación de cerveza sin alcohol.
- Infraestructura: maquinarias nuevas y equipos de alta tecnología la inclusión de plantas de producción y laboratorios de control de calidad. De esta manera se generarán más oportunidades laborales al mercado.
- Publicidad: menos restricciones legales para publicidad por el hecho de ser una bebida sin alcohol. Esto permite que el nombre de nuestra empresa aparezca en lugares que nunca hubiera podido estar publicitando una bebida alcohólica.
- Recursos Humanos: capacitación continua para los empleados en las últimas técnicas de control y calidad sin dejar de lado el buen ambiente de trabajo.

5.

Como equipo de Marketing de Andes Origen, presentamos **Andes Origen SIN ALCOHOL**, la solución perfecta para el conductor designado, para la futura madre embarazada, el atleta que necesita darse un gusto o para aquellos que por religión no pueden tomar alcohol. Técnicamente es una bebida gaseosa que imita a la perfección el sabor de una auténtica Andes Origen.

Es un producto nuevo que se está implementando en muchas marcas por lo que consideramos que está en la transición de ser un producto nuevo a ser un producto estrella.

Aunque parezca que el objetivo principal del producto sea ayudar a aquellos que quieran mejorar su salud o dar alternativas ocasionales, Andes Origen SIN ALCOHOL permitirá a la empresa mejorar exponencialmente en posicionamiento ya que brindará ventajas legales, permitiendo a nuestra marca aparecer en más y mejores lugares.



6. Cerveza Andes Sin Alcohol ofrece una experiencia refrescante y deliciosa que te permite disfrutar del auténtico sabor cervecero, sin comprometer tu estilo de vida. Perfecta para aquellos que desean socializar y relajarse, nuestra cerveza es la opción ideal para cualquier ocasión, ya sea una reunión con amigos, una comida familiar o un momento de tranquilidad.

¿Qué nos diferencia del resto?

Nuestro Sabor Inigualable: Gracias a un proceso de elaboración innovador, logramos preservar la esencia y riqueza de nuestras cervezas tradicionales y artesanales, ofreciendo un sabor auténtico que te hará olvidar que estás bebiendo algo con cero alcohol.

Nuestros Ingredientes Naturales: Nos comprometemos a utilizar solo ingredientes de alta calidad, sin aditivos artificiales, extraídos en su totalidad de nuestros campos y cultivos. Así, puedes disfrutar de una bebida más saludable y auténtica.

Nuestra Conexión Cultural: Cerveza Andes no solo es una bebida; es un homenaje a la rica cultura cervecera de nuestra región Patagónica. Nuestra receta original e innovadora te permite conectarte con toda la cultura que Andes Origen ofrece, sin alcohol.

Innovamos en Cada Trago: Nuestro exclusivo proceso de desalcoholización garantiza que cada botella conserve todas las propiedades organolépticas, brindando un aroma intenso y rico y un sabor satisfactorio y fresco..

¿Por qué nos elegirías?

Disfrute Sin Compromisos: Ideal para quienes desean reducir su consumo de alcohol sin renunciar al placer de saborear una buena cerveza..

Versatilidad para Cada Ocasión: Perfecta para cualquier momento, desde fiestas vibrantes, reunión con amigos, hasta momentos de relax en casa.

Confianza en la Marca: Andes es sinónimo de calidad y tradición. Con más de 100 años en el mercado, nuestra reputación te brinda la seguridad de que estás eligiendo un producto confiable.

Concluimos en que: La cerveza Andes Sin Alcohol es la elección perfecta para quienes buscan disfrutar de una cerveza de alta calidad sin alcohol. Con su sabor auténtico, ingredientes naturales y conexión con la tradición cervecera, te invitamos a brindar por momentos inolvidables, donde cada sorbo celebra la alegría de compartir, sin límites. Y sin alcohol.

7. Mercado meta:

Jóvenes adultos: Personas de entre 18 y 30 años que buscan opciones más saludables y alternativas a las bebidas alcohólicas.

Personas en recuperación: Aquellos que están en rehabilitación o eligen no consumir alcohol por razones personales o de salud.

Mujeres embarazadas: Mujeres que desean disfrutar de una bebida similar a la cerveza sin los efectos del alcohol.

Deportistas y entusiastas del fitness: Personas que se cuidan y buscan bebidas refrescantes que no afecten su rendimiento.

Consumidores de estilo de vida saludable: Aquellos que prefieren productos bajos en calorías y sin alcohol como parte de una dieta equilibrada.

Amantes de la cerveza: Personas que disfrutan del sabor de la cerveza, pero que prefieren evitar el alcohol.

8.

Segmentación geográfica:

- En todos los rincones del país

Segmentación demográfica:

- Edad: a pesar de no tener alcohol, está destinado a un público mayor de 18 años.
- Escolaridad: ...

- Religión: para aquellos que practican el islam o algunos cristianos que se abstienen de alcohol ciertos días, pueden darse un gusto con nuestro producto.

Segmentación psicográfica:

- Clase social: creemos que las clases sociales media, media-alta y alta pueden darse el "lujo" y estar más interesadas en decidir tomar una cerveza sin alcohol.
- Estilo de vida: saludable o en rehabilitación
- Personalidad: saludable

Segmentación conductual:

- Ocasional: cualquier momento del día o como antojo
- Beneficios: no tiene alcohol
- Estatus del usuario: primerizo y potencial
- Etapa de preparación: interesado e informado sobre la salud, por asuntos médicos.

9) Posicionamiento para Cerveza Andes

Para los amantes de la cerveza que valoran la autenticidad y la calidad, la cerveza sin alcohol "Andes" ofrece una experiencia única que combina tradición y sabor excepcional. A diferencia de otras cervezas, Andes se elabora con ingredientes seleccionados de la región de Mendoza, utilizando métodos artesanales que garantizan un sabor distintivo y auténtico. Nuestra cerveza no solo refresca, sino que también conecta a los consumidores con la rica herencia cultural de los Andes.

Atributos Clave:

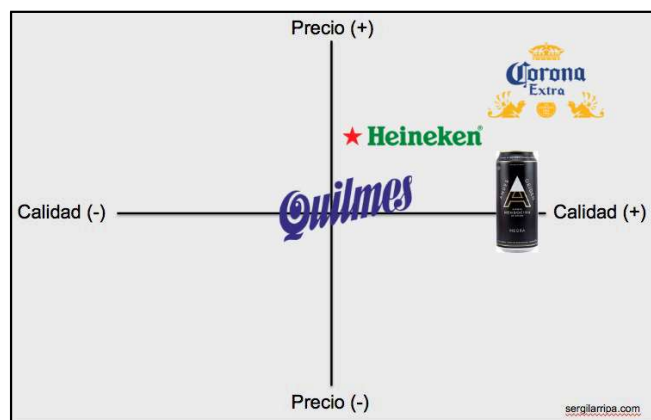
Origen Local: Elaborada en Mendoza, destacando su conexión con la región y su autenticidad.

Calidad Superior: Uso de ingredientes seleccionados y métodos artesanales que aseguran un sabor excepcional.

Reconocimiento Internacional: Premiada en competencias internacionales, lo que refuerza su reputación de calidad.

Propuesta de Valor Única:

Cerveza Andes ofrece una combinación inigualable de tradición, calidad y autenticidad, proporcionando una experiencia cervecera que no solo satisface el paladar, sino que también celebra la herencia cultural de los Andes.



10)

1. Producto

Estrategia: Destacar la autenticidad y calidad de la cerveza sin alcohol Andes.

Variedad de Productos: Introducir ediciones limitadas y sabores especiales que resalten ingredientes locales de Mendoza.

Calidad y Tradición: Resaltar el uso de métodos artesanales y la selección cuidadosa de ingredientes en el etiquetado y la comunicación de la marca.

Innovación: Desarrollar nuevas presentaciones, como envases reciclables o formatos más convenientes (latas, botellas pequeñas).

2. Precio

Estrategia: Posicionar la cerveza sin alcohol Andes como un producto premium accesible.

Estrategia de Precios: Mantener un precio competitivo que reflejen la calidad superior del producto, pero que sea accesible para el consumidor promedio.

Descuentos y Promociones: Ofrecer descuentos por volumen y promociones especiales en eventos locales y festividades.

Segmentación de Precios: Introducir diferentes líneas de productos con precios variados para captar distintos segmentos del mercado (por ejemplo, una línea premium y una línea estándar).

3. Plaza (Distribución)

Estrategia: Ampliar la presencia de la cerveza Andes en puntos de venta clave.

Canales de Distribución: Asegurar la disponibilidad en supermercados, tiendas especializadas, bares y restaurantes de alta gama.

Expansión Geográfica: Extender la distribución a nuevas regiones dentro y fuera de Argentina, aprovechando la reputación de Mendoza como región vinícola.

E-commerce: Desarrollar una plataforma de venta en línea y asociarse con servicios de entrega para llegar directamente al consumidor.

4. Promoción

Estrategia: Crear una campaña de marketing que resalta la autenticidad y la conexión con Mendoza.

Publicidad: Utilizar medios tradicionales (TV, radio) y digitales (redes sociales, influencers) para promover la historia y los valores de la marca.

Eventos y Patrocinios: Patrocinar eventos locales y festivales en Mendoza y otras regiones para aumentar la visibilidad de la marca.

Marketing de Contenidos: Crear contenido atractivo que cuente la historia de la cerveza Andes, incluyendo videos sobre el proceso de elaboración y entrevistas con los maestros cerveceros.

Promociones en Punto de Venta: Implementar degustaciones y promociones en tiendas para atraer a nuevos consumidores y fidelizar a los existentes.

Estas estrategias están diseñadas para fortalecer la posición de la cerveza Andes en el mercado, destacando sus atributos únicos y conectando emocionalmente con los consumidores.

11)

1. Publicidad en medios digitales y tradicionales.
2. Promociones y descuentos en puntos de venta.
3. Patrocinio de eventos deportivos y culturales.
4. Marketing de contenidos en redes sociales.

Recursos destinados 500 mil pesos

1. Publicidad en medios digitales | \$150.000 | Alcanzar un público amplio y joven.
2. Publicidad en medios tradicionales | \$100.000 | Cubrir áreas rurales y urbanas.
3. Promociones y descuentos | \$80.000 | Estimular las ventas en puntos de venta.
4. Patrocinio de eventos | \$120.000 | Posicionar la marca en eventos relevantes.
5. Marketing de contenidos | \$50.000 | Generar engagement en redes sociales.

La distribución de recursos se basa en la importancia de cada actividad para alcanzar los objetivos:

- Publicidad en medios digitales (30%): para llegar a un público joven y amplio.
- Patrocinio de eventos (24%): para posicionar la marca en eventos relevantes.
- Publicidad en medios tradicionales (20%): para cubrir áreas rurales y urbanas.
- Promociones y descuentos (16%): para estimular las ventas en puntos de venta.
- Marketing de contenidos (10%): para generar engagement en redes sociales.