



Fundación para la  
Innovación Agraria

MINISTERIO DE AGRICULTURA

## FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO

### Nombre de iniciativa

Posicionamiento regional y crecimiento de  
Cerveza Artesanal Arisca.



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl

Tipo de iniciativa	Proyecto
Código de iniciativa	IMA-2016-0849
Ejecutor	Paralelo 47 Ltda.
Empresa/Persona beneficiaria	Cerveza Artesanal Arisca
Fecha de inicio	30-03-2017
Fecha de término	15-12-2017
Costo total	\$ 12.800.000
Aporte FIA	\$ 10.240.000
Aporte contraparte	\$ 2.560.000
Región de ejecución	XI
Región de impacto	XI
Sector/es	Agrícola
Subsector/es	Cultivos y cereales
Rubro/s	Cereales

→ REGIÓN DE EJECUCIÓN

**AYSÉN**

→ REGIÓN DE IMPACTO POTENCIAL

- Arica y Parinacota
- Tarapacá
- Antofagasta
- Atacama
- Coquimbo
- Valparaíso
- Metropolitana de Santiago
- Libertador General Bernardo O'Higgins
- Maule
- Biobío
- La Araucanía
- Los Ríos
- Los Lagos
- **Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo** ←
- Magallanes y de la Antártica Chilena

→ AÑO DE ADJUDICACIÓN  
**2016**

→ CÓDIGO DE INICIATIVA  
**IMA-2016-0849**



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA



## Nombre de iniciativa

Posicionamiento regional y crecimiento de Cerveza Artesanal Arisca.



## Objetivo general

La elaboración e implementación de un plan de marketing que permita posicionar el producto con todas sus cualidades en el Lago General Carrera y desde ahí a toda la región.

## Objetivos específicos

- 1 Mejorar las técnicas de producción y carbonatación.
- 2 Crear nuevos formatos de producto: envases y embalajes.
- 3 Alcanzar nuevos canales de venta y nuevas localidades.
- 4 Desarrollar merchandising que comunique el concepto deseado.

## Resumen

El aporte de FIA permitiría apuntar directamente a la oportunidad de consolidar el producto. Arisca busca concentrarse en la localidad.

Gran parte de los intangibles de la cerveza están vinculados con su producción y su relación comunitaria, por lo que la buena comunicación e integración de ambos va a ayudar directamente en la consolidación.

Arisca tiene el desafío de internalizar y comunicar todas sus cualidades; por ejemplo, integrar completamente su compromiso con la pequeña producción.

Muchas de las personas que compran una Arisca saben que están comprando una cerveza de calidad, pero no necesariamente se dan cuenta que allí hay preservación de historia y cultura, incentivo y apoyo vecinal, compromisos y cualidades.

Ese tipo de intangibles requieren de un plan de marketing y estrategia para ser debidamente integrados. A su vez, la cerveza en sí y la sostenibilidad que la caracteriza se podrían potenciar aún más a través de distintos medios de comunicación, creando nuevas formas de llegar a los potenciales clientes, a más lugares y trabajando en la capacitación y mejora constante de los procesos.

