



IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Sondeo y Diseño)

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	15 FEB. 2010
Hora	17:00
Nº Ingreso	10999

Código iniciativa IMA-2009-0425	Nombre iniciativa ELABORACIÓN DE PLAN DE MARKETING PARA CERVECERÍA ARTESANAL PREMIUM TOROPIRE
---	---

Fecha: 10/02/2010

1. Antecedentes Generales

- Código iniciativa: **IMA-2009-0425**
- Nombre instrumento : **IMA - 2009**
- Región o regiones de ejecución: **Región del BioBío**
- Agente ejecutor: **GABRIEL MERINO CORIA**
- Coordinador iniciativa: **GABRIEL MERINO CORIA**

- Costo total (programado y real):

	Costo Programado	Costo Real
Costo Total		

- Aporte de FIA (en pesos y porcentaje del costo total) (programado y real):

	Costo Programado	Costo Real	%del costo total
Aporte FIA			

- Período de ejecución (programado y real)

	Programado	Real
Fecha Inicio	20 julio 2009	20 julio 2009
Fecha Término	20 enero 2010	8 febrero 2010

2.- Resumen ejecutivo de la iniciativa .

La presente iniciativa tuvo por objetivo Desarrollar un Plan de Marketing para la Cervecería Artesanal ToroPaire de la región del BioBío, además de obtener resultados de evaluación de los cuatro productos que desarrolla como son : Cerveza Antü Ale, Kelü Ale, Kolü Ale y Kurrü Ale, para este se desarrolló :

- Una evaluación de Cata a Ciegas por parte del sommelier Pascual Ibáñez, destacado en Chile por ser el referente en este tipo de productos y el editor del libro "La Guía de la Cerveza en Chile"
- Evaluación de Focus Sensorial a cargo de la Escuela de los Sentidos dirigido por Pascual Ibáñez y Alejandra Larenas, en el que se evaluaron las cuatro cervezas más otras de la competencia en una cata a ciegas pero además se incorporó preguntas relevantes para la empresa ToroPaire

Finalmente, se desarrolló el instrumento de Diseño que incorporó:

- el diseño de artículos publicitarios requeridos para una mejor promoción de las cervezas ToroPaire, productos con los que no contaba y por ser un producto nuevo era primordial incorporarlo.
- Nueva propuesta de etiquetado ya que el etiquetado con que se contaba no diferenciaba una cerveza de la otra lo que tendía a confusión a los clientes.
- Propuesta de packs de muestra de las cuatro cervezas para entrega a nuevos clientes.
- Plan de medios que incorporaba la publicación de noticias latentes de la cervecería a los medios escritos y virtuales nacionales, este tuvo un excelente resultado ya que se lograron más de veinte publicaciones, aunque sólo se había programado una el mes.

3.- Objetivos de la iniciativa.

Objetivo General: Elaborar Plan de Marketing de la Cervecería ToroPaire:

El objetivo general se cumplió a cabalidad en un 100%, obteniéndose un informe de avance con el Plan de Marketing.

Objetivos Específicos:

1. Estudiar Mercado Objetivo de las Cervezas Toropaire: Para este objetivo se realizó un focus group a 15 personas. Con alumnos de la Escuela de los Sentidos, escogidos al azar. Para éste se diseñó una ficha de cata especial con preguntas y puntaje para que los invitados completaran con sus comentarios y respuestas. Se degustaron las 4 cervezas Toro Paire (Kellu Ale, Kurru Ale, Kolu Ale y Antu Ale), junto a 4 cervezas de la competencia, en su mismo segmento. La cata transcurrió en el Ristorante Da Carla, a ciegas y en series de dos. Con un total de 15 participantes, fue un grupo heterogéneo que incluía cerveceros caseros, consumidores gourmet, alumnos regulares de la Escuela, amantes de la cerveza y neófitos en el tema. El resultado fue un informe de esta actividad de parte de la empresa consultora.

2. Evaluar los cuatro tipos de Cerveza Toropaire.: Este objetivo se realizó con una cata a ciegas de las cuatro cervezas ToroPaire más 8 más de la competencia, por el experto sommelier Pascual Ibañez. El resultado un informe de cata.

3. Diagnosticar y rediseñar Imagen de Marca y elaborar Plan Comunicacional: Para este objetivo se rediseñaron las etiquetas, diseño de artículos publicitarios y elaboración de una serie de notas de prensa con noticias latentes de la empresa ToroPaire. El resultado: archivos de diseño y noticias de la empresa en periódicos y revistas nacionales y páginas de internet nacionales y extranjeras.

General:	Grado de Cumplimiento
Elaborar Plan de Marketing Cervecería Toropaire	100%
Específicos:	
1. Estudiar Mercado Objetivo de las Cervezas Toropaire.	100%
2. Evaluar los cuatro tipos de Cerveza Toropaire.	100%
3. Diagnosticar y rediseñar Imagen de Marca y elaborar Plan Comunicacional	100%

4.- Métodos.

- Para la evaluación del Producto y de la competencia más directa se utilizó la evaluación por Cata del experto sommelier Pascual Ibañez.
- Para la evaluación específica de posibles clientes se utilizó Focus Sensorial a Público Fina.
- Rediseño de etiquetas de las cuatro variedades de cerveza ToroPaire
- Diseño de artículos publicitarios
- Desarrollo de un Plan Comunicacional estructurando las diferentes actividades que realizó ToroPaire, con un correspondiente comunicado de prensa para difusión y su correspondiente publicaciones en medios escritos y virtuales.
- Las empresas contratadas fueron:
 - a) Para la cata y Focus Sensorial el sommelier Pascual Ibañez y Alejandra Larenas de la Escuela de los Sentidos.
 - b) Para los diseños la empresa IME Diseños Limitada a cargo de la diseñadora Lea Valenzuela.
 - c) Para el Plan Comunicacional la empresa PJ Comunicaciones a cargo del periodista José Luis Marín Lagos.

5.- Actividades ejecutadas y análisis de brecha

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa. **Sondeo de Mercado**

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Viaje a Santiago para contrato de cata	14/10/2009	R	
Cata de cervezas ToroPaire más competencia	15/10/2009	R	
Informe de Cata	23/10/2010	R	
Viaje a Santiago para realización de Focus	20/01/2010	R	
Entrega de material	20/01/2010	R	
Focus Sensorial	20/01/2010	R	
Informe de Focus Sensorial	20/01/2010	R	

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa. **Diseño**

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Desarrollo nuevo etiquetado	Octubre 2009	R	
Desarrollo nuevos artículos publicitarios	Todo el periodo	R	
Entrega de Información para comunicados	Todo el período	R	
Plan comunicacional	Todo el período	R	

6.- Resultados.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa. **Sondeo de Mercado.**

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones ¹
Cata de los cuatro tipos de cerveza ToroPaire con productos de la competencia (dos para cerveza Antü y Kurrü y una para Kelü y Kolü)	Cata a ciegas de todos los productos ToroPaire con dos de la competencia	100%	La empresa de cata adicionó dos cervezas más de la competencia
Realización de Focus Sensorial para 15 potenciales Clientes	Realización de Focus Sensorial para 15 potenciales Clientes	100%	

¹ Detallar las razones que explican las discrepancias entre los resultados esperados y alcanzados.
Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa. **Diseño.**

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones ¹
Diagnóstico y rediseño de Imagen	Rediseño de etiquetas, artículos publicitarios	100%	
Plan comunicacional de Cervecería ToroPaire (una noticia mensual en medios)	Más de dos noticias al mes	100%	Las noticias tuvieron mucha aceptación en los medios

7.- Productos obtenidos

7.1.- Sondeo de Mercado

1. Cata de cervezas ToroPaire y de la competencia.

La escuela de Los Sentidos realizó cata a ciegas de las cervezas ToroPaire con dos de cada una de la competencia a cargo de Pascual Ibáñez y Alejandra Larenas . El informe general se entrega a continuación además de fotos de la oportunidad. Los resultados de una de las catas en particular en anexo N°1.



Evaluación Sensorial de Cervezas Toro Paire

Comentarios Generales

La cata se realizó el jueves 15 de octubre, 2009, a las 10.00hrs. , contando con la participación de Pascual Ibáñez y dos personas de la marca.

Se evaluaron 4 productos Toro Paire, cada uno comparativamente con 2 de la competencia. El total de productos degustados fue de 12.

La degustación se realizó a ciegas y en cuatro series de 3 cervezas cada una.

Informe General Evaluación

- El promedio general de los 12 productos evaluados fue de un **3,7** de un total de 5 puntos.
- Sin embargo, el promedio general de la marca Toro Paire fue de **4,0** puntos.
- **4,75** puntos alcanzó la primera cerveza de la lista, otorgados a la St Bernardus Prior, de elaboración Belga.
- Y **2,5** puntos el último producto degustado, correspondiente a la cerveza Mestra Amber Ale.
- En cuanto a la marca Toro Paire, las valoraciones más alta y más baja, correspondieron a **4,25** y **3,75** respectivamente, destacando que están dentro de un estrecho margen de variación.

Ranking General Cata

1. 4,75 puntos St Bernardus Prior 8°
2. 4,50 puntos Leffe Brune
3. 4,25 puntos Toro Paire Kurrü Ale Porter
4. 4,25 puntos Armin Smith Dunkel
5. 4,00 puntos Toro Paire Kelü Ale
6. 4,00 puntos Toro Paire Kolü Ale
7. 3,75 puntos Capital Pale Ale
8. 3,75 puntos Toro Paire Antü Ale
9. 3,50 puntos Szot Amber Ale
10. 3,00 puntos Tubinger Brown Ale
11. 2,75 puntos Del Puerto Rubia
12. 2,50 puntos Mestra Amber Ale

Ranking Toro Paire

4,25	Toro Paire Kurrü Ale	Porter	3° lugar
4,00	Toro Paire Kellü Ale	Indian Pale Ale	5° lugar
4,00	Toro Paire Kolü Ale	Brown Ale	6° lugar
3,75	Toro Paire Antü Ale	Amber Ale	8° lugar

La marca tiene fuerza y se debería explotar su condición de maltas de producción propia y orgánica.

La etiquetas son demasiado parecidas y los nombres muy difíciles de recordar y de asociar al estilo, el mensaje debe ser más claro.

Los comentarios positivos y repetidos en las notas de cata Toro Paire son: "buen lúpulo", "sedosa, redonda", "buen peso", "franca", "amargor integrado", "equilibrada".

En general las cervezas Toro Paire son amables, redondas y suaves que logran el equilibrio, pero ese balance en todas similares también las hace poco singulares o reconocibles a ciegas (en sabor, cuerpo y aroma)

En cuanto a detalles negativos, no se aprecia la tipicidad que debe tener la Indian Pale Ale, en el amargor, le falta mayor intensidad.

La calidad general de las cervezas Toro Paire mantiene un buen promedio que está hoy por encima de la media en las cervezas degustadas en el informe y así también en las que saldrán (microcervecías) en la Guía de la Cerveza en Chile 2010.

Notas de Cata Individuales

TORO PAIRE ANTÜ ALE 3,75 puntos

Rubia anaranjada. En nariz se percibe el aroma franco de la malta y de fondo el buen lúpulo con tonos a hierbas aromáticas, un tono aceitunado, pasto seco (heno, alfalfa). En boca mantiene buen peso, paso cálido y un amargor que se deja notar. Sedosa redonda con largo retrogusto

TORO PAIRE KELÜ ALE 3,75 puntos

Anaranjada intensa. En nariz es peculiar con toques a fruta dulce y miel, caramelo. En boca es amable, redonda y algo dulzona, suave y equilibrada con un justo amargor que se integra. Bien hecha

TORO PAIRE KOLLÜ ALE 4,25 puntos

Color caoba de leve turbidez. Aromas delicados y afrutados, piel de plátano, humo. En boca es seca, de ataque amable y equilibrada, limpia. Se nota todo bien medido. Amargor de moderado a leve. Final largo y placentero

TORO PAIRE KURRÜ ALE 4 puntos

Color negro intenso. En nariz se percibe franca con aromas a buen lúpulo (Floral), aceituna negra, ahumados, tomillo, cuero, tabaco, café, licor de cacao.

En boca sigue compleja, en la misma tónica que la nariz. Cuerpo medio marcado por un grado tostado de más, aunque bien contrapesado por un amable toque dulce. Amargor integrado

2. Focus Sensorial con posibles clientes

La escuela de Los Sentidos realizó Focus Sensorial a cargo de Pascual Ibáñez y Alejandra Larenas. El informe general se entrega a continuación, además de fotos del evento. La tabulación de resultados de los 15 degustadores en anexo N°2.





Focus Sensorial de Cervezas Toro Paire

Comentarios Generales

- Se realizó con alumnos de la Escuela de los Sentidos, escogidos al azar.
- Para éste diseñamos una ficha de cata especial con preguntas y puntaje para que los invitados completaran con sus comentarios y respuestas.
- Se degustaron las 4 cervezas Toro Paire (Kellu Ale, Kurru Ale, Kolu Ale y Antu Ale), junto a 4 cervezas de la competencia, en su mismo segmento.
- La cata transcurrió en el Ristorante Da Carla, a ciegas y en series de dos
- Con un total de 15 participantes, fue un grupo heterogéneo que incluía cerveceros caseros, consumidores gourmet, alumnos regulares de la Escuela, amantes de la cerveza y neófitos en el tema.

Conclusiones Relevantes

- Las conclusiones generales se encuentran en el archivo Excel adjunto, sin embargo, cabe destacar las siguientes:
 - Todos los asistentes habían consumido cervezas artesanales
 - Ante la pregunta de la ficha: ¿Qué buscas en una buena cerveza? Es curioso que el término más descrito fue CUERPO junto a EQUILIBRIO y BUEN SABOR. Sin embargo no comentaron sobre el amargor (sólo dos de ellos), detalle importante para aportar el cuerpo a la cerveza.
 - Una gran mayoría las prefiere a las industriales y está dispuesto a pagar \$2.000 por una buena cerveza
 - Entre las marcas favoritas de los degustadores sale victoriosa la Kross que coincidentemente es una de las pioneras en dicho mercado que apuesta por la calidad, después de Kunstmann (ya en manos industriales).
 - También entre las más consumidas salió la marca Kross y en segundo lugar, Austral (de elaboración industrial). Algo que no refleja el estado actual del consumo pero que nos demuestra que el público participante de las actividades cerveceras sigue desde cerca de las artesanales.
 - Comprobamos que los puntos obtenidos de las fichas de cata a veces varían con el gusto real del consumidor. Ejemplo: evaluar bien en una cerveza el color, aroma y sabor no significa que en su conjunto sea la favorita del degustador. En ese sentido, por una o dos décimas entre las más destacadas Kolü Ale y Kelü Ale, ésta última fue elegida la favorita de 7 degustadores y la primera por sólo dos de ellos.

7.2.- Diseño

1. Rediseño de Etiqueta

Se rediseñaron las etiquetas con el fin de que en botella hubiese notoriedad en las diferentes cervezas. Para esto se rediseñaron tres propuestas: una con diferentes colores en el toro, otra con diferentes colores en el rededor de la marca y otro combinado. A continuación la propuesta de diseño.

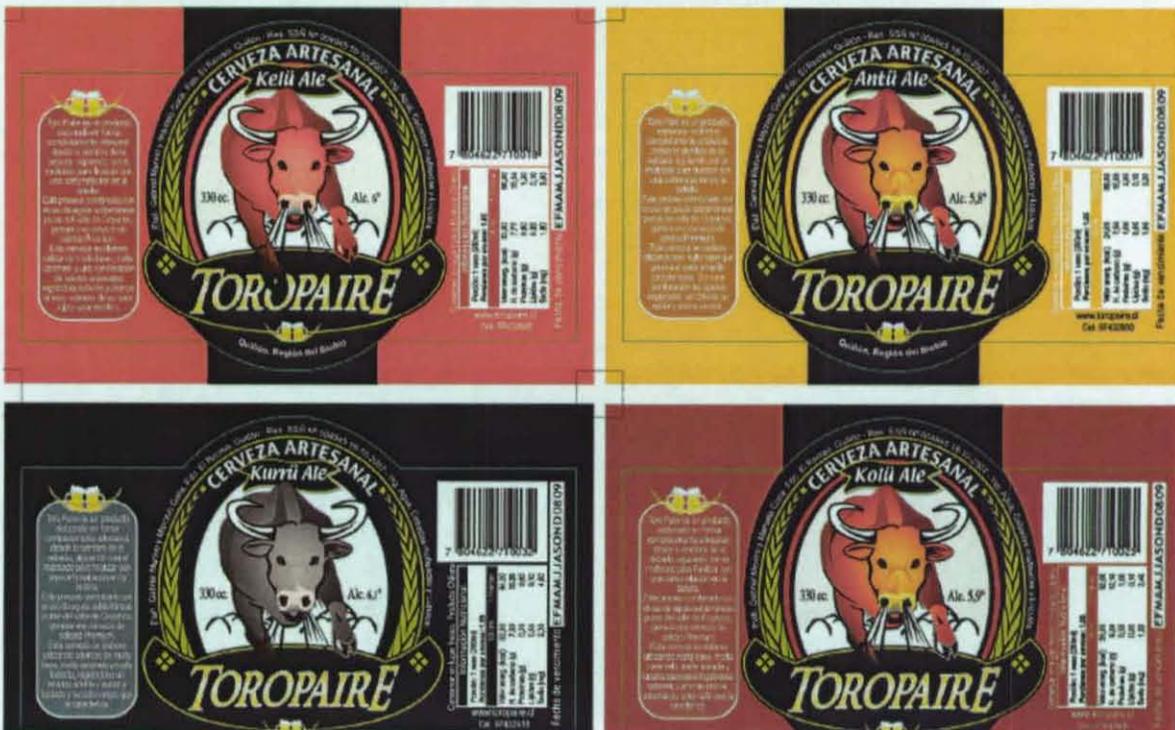
Propuesta 1



Propuesta
2



Propuesta 3



Elección final de etiquetado:



Resultado:



2. Diseño de Productos Publicitarios:

A).-Pirámide publicitaria restaurants



B).- Folletito:

Kelü Ale

Kelü = Ser Colorado o Rojo en Mapudungun
Estilo Indian Pale Ale de 6,0° Alcohol.
 Elaborada con malta base, malta caramelo y una combinación de lúpulos especiales lográndose sabores y aromas únicos, además de su color rojizo característico. Es ideal para consumirla a medio día como aperitivo acompañando quesos o carnes blancas.





Las cervezas ToroPaire son elaboradas en forma completamente artesanal, desde la siembra de la cebada, siguiendo con el malteado para finalizar con una carbonatación en la misma botella.

Este proceso combinado con el uso de aguas subterráneas del Valle de Coyanco, genera una cerveza de calidad Premium.

Las Baleares Norte 1379
 Chillán, Chile
 Teléfono: 56-992268162
 E-mail: ventas@toropaire.cl
www.toropaire.cl



Antü Ale

Antü = Sol en Mapudungun
Estilo Amber Ale o Pale Ale de 5,8° Alcohol.
 Elaborada sólo con malta base que genera el color amarillo característico. Con una combinación de lúpulos especiales se obtiene su sabor y aroma único. Es una cerveza refrescante, ideal para consumo en días calurosos.



Kolü Ale

Kolü = color Café en Mapudungun
Estilo Brown Ale de 5,9° Alcohol.
 Elaborada con malta base, malta caramelo y malta tostada, lográndose un intenso aroma y sabor tostado y el color ámbar oscuro que lo caracteriza. Ideal para consumirla en la noche. Puede acompañar carnes rojas y quesos finos. Sabe muy bien con jamones ahumados.

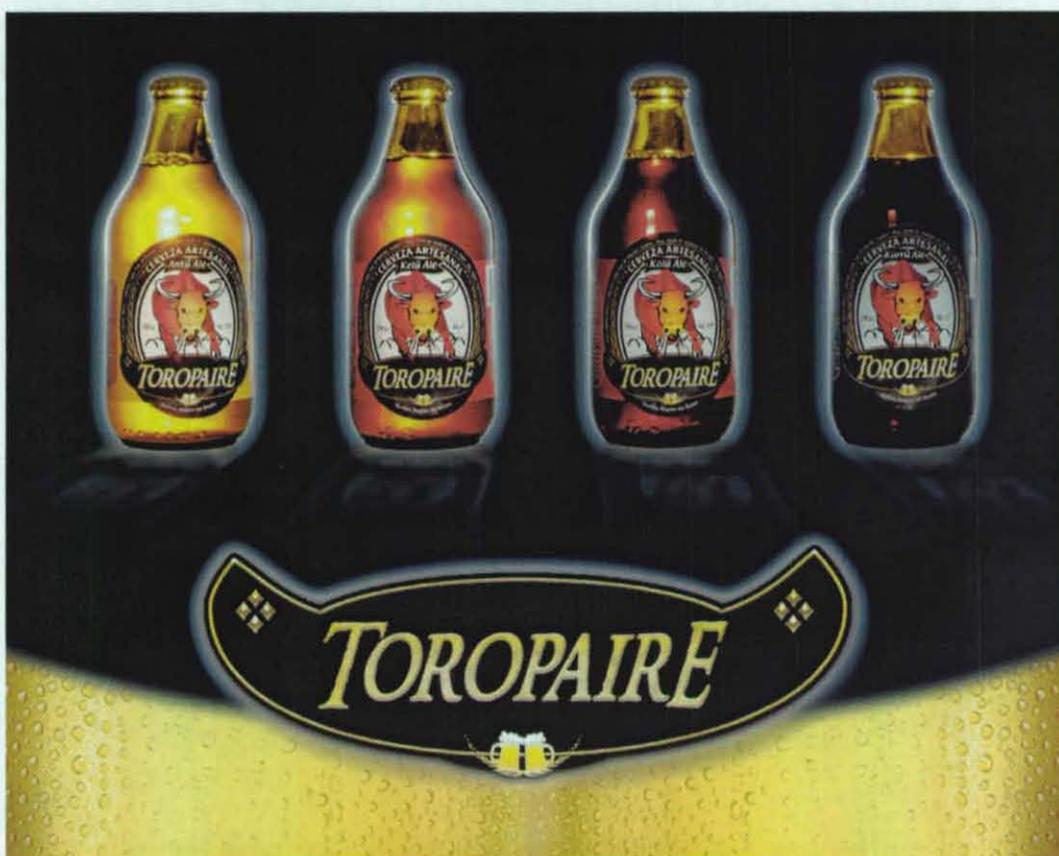


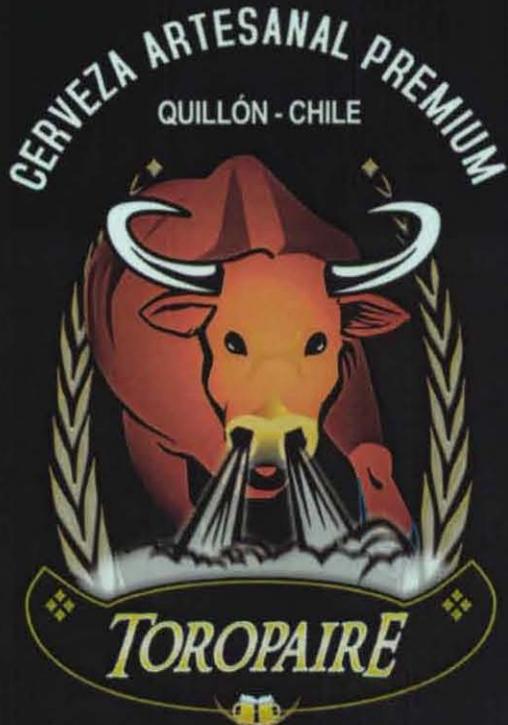
Kurrü Ale

Kurrü = Negro en Mapudungun
Estilo Porter de 6,1° Alcohol.
 Elaborada con malta base, malta caramelo y malta tostada, lográndose un intenso aroma y sabor a tostado y el color negro que lo caracteriza. Ideal para consumir en la noche, después de la comida o en días helados. Puede acompañar postres dulces o mezclas de frutas.



C).-Stand: Fondo, Poster de Proceso y Pendón





CERVEZA ARTESANAL PREMIUM
QUILLÓN - CHILE

TORO PAIRE

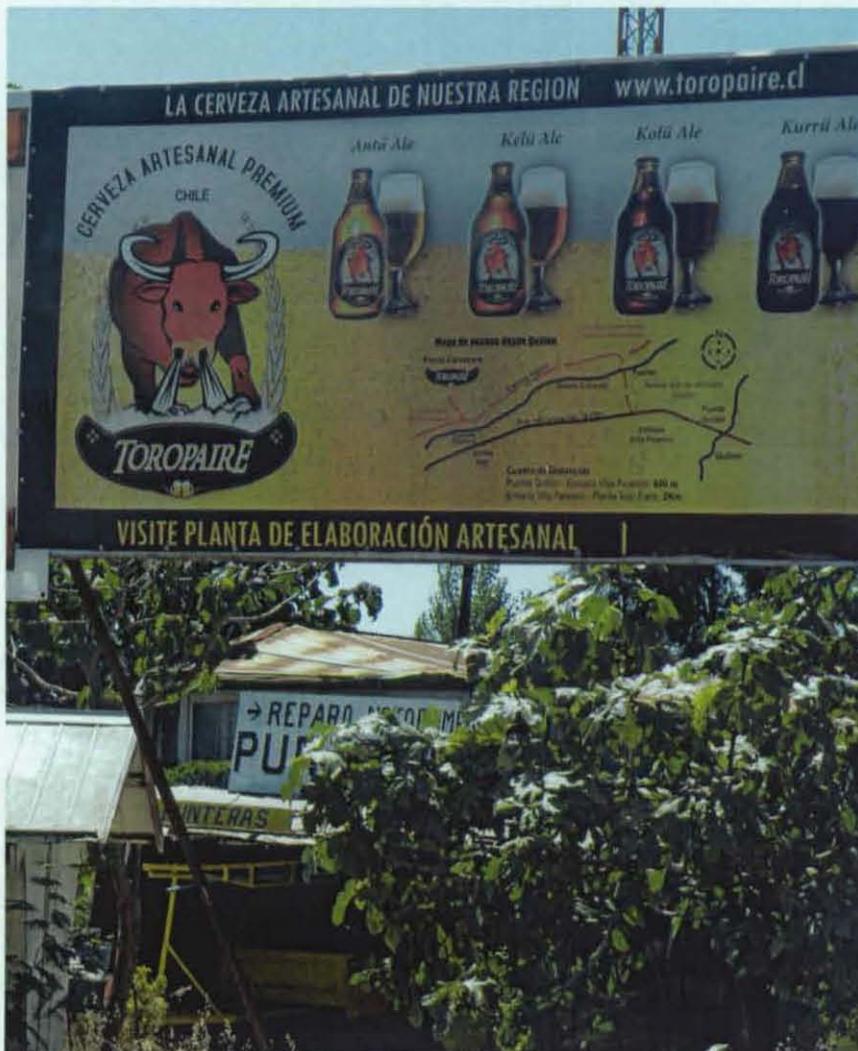
Las cervezas ToroPaire son elaboradas en forma completamente artesanal, desde la siembra de la cebada, siguiendo con el malteado para finalizar con una carbonatación en la misma botella.

Este proceso combinado con el uso de aguas subterráneas del Valle de Coyanco, genera una cerveza de calidad Premium.

Le invitamos a conocer esta nueva propuesta de cerveza artesanal premium, con excelente calidad y nacida en la Región del Bio Bio- Chile.

www.toropaire.cl

D).- Letrero Caminero:



E).-Lunetas de Buses



F).-Packs de Muestras:



3.-Plan Comunicacional.

Se realizaron cuatro propuestas de noticias: Lanzamiento de cervezas rubias y rojas ToroPaire, Lanzamiento de Cervezas oscuras, premiación de alumno tesista que desarrolla su tesis de Producción Limpia en la cervecería ToroPaire, Participación de ToroPaire en la World Beer Cup en Chicago y primer envío de cervezas a Panamá. Los resultados se presentan en anexo N°3.

A continuación se presenta impacto en visitas a la página web de dos de las noticias aparecidas en los medios. La primera de la publicación en Wikend del Mercurio del 16 de octubre y la segunda del artículo de LUN.del 20 de octubre. Las visitas normales a la página son de 25 aproximadamente, las visitas vienen en un 70% de Santiago.

16 octubre: 37 visitas
 17 octubre: 26 visitas
 18 octubre: 42 visitas
 19 octubre: 132 visitas
 20 octubre: 523 visitas

Google Analytics



Google Analytics



Finalmente, la valorización de los artículos se presenta a continuación:

**INFORME PUBLICACIONES CERVEZA
TOROPAIRE
OCTUBRE 2009 HASTA 02 DE FEBRERO
2010**

Fecha	Medio	Nombre	Valor	
15 de octubre del 2009	Internet	vidaempresarial.cl		
16 de octubre del 2009	Revistas	Wikend		
20 de octubre del 2009	Diario	Las Últimas Noticias		
28 de octubre del 2009	Diario	Publimetro		
28 de octubre del 2009	Revistas	Dato Aviso		
08 de noviembre del 2009	Diario	Diario Concepcion		
08 de noviembre del 2009	Diario	TVN (Chile conectado Repe.)		
09 de noviembre del 2009	Diario	Las Últimas Noticias		
11 de noviembre del 2009	Revistas	Dato Aviso		
23 de noviembre del 2009	Internet	vendetta.cl		
24 de noviembre del 2009	Diario	La Nación		
01 de diciembre del 2009	Revistas	Dato Aviso		
10 de diciembre del 2009	Revistas	Dato Aviso		
23 de diciembre del 2009	Internet	universia.cl		
23 de diciembre del 2009	Internet	newstin.com		
23 de diciembre del 2009	Internet	diarioelsur.cl		
24 de diciembre del 2009	Internet	latercera.com		
26 de enero del 2010	Internet	vidaempresarial.cl		
27 de enero del 2010	Diario	Diario Concepción		
27 de enero del 2010	Diario	Diario EL Sur (portada)		
27 de enero del 2010	Diario	Diario El Sur		
27 de enero del 2010	Internet	diarioelsur.cl		
28 de enero del 2010	Diario	Crónica Chillan		
02 de febrero del 2010	Internet	ladiscusion.cl		
02 de febrero del 2010	Diario	La Discusion		
TOTAL				
Comparación Costo Beneficio				
Meses	Monto mensual	Valorización Medios	Rentabilidad	% real pagado
Total				

8.- Problemas enfrentados

Cuadro 8.1. Problemas enfrentados y medidas tomadas durante la iniciativa.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
La programación de la fecha del Focus Group no pudo ser programada en las fechas propuestas ya que la empresa que lo realizaba estaba muy comprometida en diciembre y enero con otras actividades	Se pidió prórroga de término del proyecto y se programó el Focus para el 20 de enero del 2010	Fia aceptó la prórroga. Se realizó sin problemas en esa fecha y el informe de esta llegó el 5 de febrero completo y sin errores.

9.- Conclusiones y recomendaciones.

- La evaluación de cata de las cervezas ToroPaire fueron sobresalientes sobre las de la competencia nacional, no así con las importadas de Bélgica.
- Los consumidores de cervezas artesanales consumen preferentemente Kuntsman y Kross, pero al evaluar las cervezas ToroPaire declaran que prefieren la cerveza Kelü Ale como la mejor seguida de Kolü Ale.
- Gracias al nuevo etiquetado se visualiza mejor las diferencias de color de las cervezas ToroPaire para el cliente final en góndola.
- Se obtuvo buenos resultados en término de diseño de artículos publicitarios.
- Las publicaciones en las Últimas Noticias tienen un mayor impacto en visitas a página web que en otros medios.
- La valorización en los medios tuvo una rentabilidad de cerca de correspondiendo el pago sólo a un del valor de las publicaciones.
- Se recomienda considerar los cambios en el producto propuesto por el sommelier y los clientes finales, aunque ya se incluyeron algunos del etiquetado.
- Se recomienda seguir con Planes de Medios nacionalmente.
- Se recomienda realizar los artículos publicitarios, medir su impacto y seguir desarrollando más productos siguiendo con la base de diseño propuesta.

10.-Anexos.

Anexo N° 1 Ficha Cata a Ciegas
FICHA CLASIFICACION

N° Muestra	1
Marca	Del Puerto Rubia

Pascual
Deficiente Regular bueno muy bueno excelente
1 2 3 4 5

Vista	Espuma					5
	Color				4	
Nariz	Intensidad			3		
	franqueza		2			
Boca	Intensidad		3			
	Franqueza		3			
	Carbónico			4		
Lúpulo	Equilibrio		3			
	Aroma		3			
	Suavidad / dulzura			4		
	Cuerpo		2			
	Amargor		3			
Valoración final		2.75				

Catador	P	S	G
Espuma	5	4	4
Color	4	4	4

Intensidad	3	2	3
Franqueza	2	2	2

Intensidad	3	3	2
Franqueza	3	2	2
Carbónico	4	3	2
Equilibrio	3	3	3

Aroma	3	3	2
Suavidad / dulz	4	4	2
Cuerpo	2	3	3
Amargor	3	4	3

Puntos	3	3	3
---------------	---	---	---

Comentarios.

Visual: Espuma impecable. Color dentro de los códigos
Olfativa: El aroma de la malta no es fino (tono a mosto) paja húmeda, sudor que recuerda a cebolla cocida, toque metálico de inicio oxidación.
Gustativa: De sabor bien ligero y al igual que en nariz poco peso de la malta.
 Estilo comercial o fácil de digerir y entender pero escasa materia prima. Incluido el lúpulo

		Deficiente	Regular	bueno	muy bueno	excelente
		1	2	3	4	5
S	Espuma				4	
	Color				4	
Nariz	Intensidad		2			
	franqueza		2			
Boca	Intensidad			3		
	Franqueza		2			
	Carbónico			3		
Lúpulo	Equilibrio			3		
	Aroma			3		
	Suavidad / dulzura				4	
	Cuerpo			3		
	Amargor				4	
Valoración final		3				
Comentarios.						
Visual:						
Olfativa: El olor no es agradable						
Gustativa: Se siente ácida y el sabor se va rápidamente						

		Deficiente	Regular	bueno	muy bueno	excelente
		1	2	3	4	5
G	Espuma				4	
	Color				4	
Nariz	Intensidad			3		
	franqueza		2			
Boca	Intensidad		2			
	Franqueza		2			
	Carbónico		2			
Lúpulo	Equilibrio			3		
	Aroma		2			
	Suavidad / dulzura		2			
	Cuerpo			3		

Amargor			3		
Valoración final	3				
Comentarios.					
Visual:					
Olfativa: Tiene aroma intenso pero no agradable					
Gustativa: Lo mismo pasa con el sabor. Tiene amargor pero no agradable					

Anexo N° 2 detalle Degustadores Focus Sensorial

1. Qué buscas en una buena cerveza		
n° degustador		
1		Amargor y equilibrio
2		Buen sabor y cuerpo. Helada
3		Cuerpo, amargor equilibrado, aroma frutal
4		Buen sabor y cuerpo. Qué sorpresa
5		Aperitivo (lager). Para maridar Ale, compleja
6		Cuerpo, aroma, sabores equilibrados
7		Equilibrada y compleja
8		Sabor intenso, cuerpo medio
9		Sabor y frescor
10		Refrescante
11		Qué sea suave y de buen aroma
12		Refrescante para el calor y cuerpo para comer
13		Cuerpo
14		Buen cuerpo, afrutada. Originalidad
15		Depende el momento, pero siempre buen cuerpo

1. Conclusión	
En 7 degustadores se repite el término CUERPO seguido de EQUILIBRIO y BUEN SABOR (4). Llama la atención que solo dos nombran el AMARGOR	

2. Qué cerveza consumes normalmente
Paulaner
Escudo
Ale. Artesanales
Austral y Escudo
Cusqueña, paceña, Guinness, E.
Damm
Szot
Kross
Torobayo
Szot, Kross
Heineken verano, Artes. Invierno
Kross, Kunstmann
las Kross
Toro Paire

Polar Imperial, Austral, Kross
Kross, Austral, hecha por mi

2. Conclusión

Kross es líder definitivamente. Cabe resaltar que Austral es la 2ª favorita aunque en dos ocasiones fue como 2ª o 3ª opción

3. Has probado cervezas artesanales	Las prefieres a las industriales
si	no
si	si
si	si
si	no
si	si
si	si, definitivamen.
si	si
si	no
si	si
si	Depende
si	si
si	si, absolut.
si	si
si	si, siempre
si	si, de todas man

3. Conclusión

Rotundo
cien por
ciento

Puede que
los "no" sea
un error de
interpretación

4. Qué cerveza consideras la mejor chil.

Kunstmann
Kunst. Del Puerto
no contesta
Kross, Szot, Aust. Kunst.
Salzburg

Szot, Kross
Szot
Kross
Szot
Salzburg
Kunstmann
Kross
Toro Paire
Kross, Austral
Kross
4. Conclusión
Kross sale la mejor y en la 1ª preferencia todas, Seguida de Kunst y Austral 3 en la 1ª pref Y 1 en la 3ª

5 Hasta cuánto pagarías por una buena cerveza importadas	
\$3000	
\$1.200	
\$2.500	
No importa	
\$2.500	
	\$5.000
\$3.000	impor
\$1.500	\$5.000
\$1.000	
	\$6.000
\$2.000	abadía
\$990	
\$1.200	
\$1.000	
\$3.000	
\$2.000	
\$2.500	
5. Conclusión	
\$1.956 promedio	
3 degustadores pagarían más del doble si es extranjera	

Puntuación promedio de cada degustador y según fichas de cata

número muestra	Marca	degustador														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Torres d Paine	4,5	2,5	3,8	5,3	3,75	5,8	5,5	4,8	5,3	4,3	5,5	5,5	5,1	5	3,75
2	Antü Ale	3,3	4,5	3	4,75	6	5,3	5,8	4,3	5,3	4,3	5,3	6,63	6,1	5,3	4,75
3	Valbier	2	4,5	1,5	6	4,25	4,3	4,3	4	5,8	5	6,5	4,5	4,8	5,5	3,75
4	Kelü Ale	4	6,8	5,3	5,5	X	6,3	6,3	6	5,3	5,3	4,5	4,88	6,4	6	4,88
5	Kolü Ale	4	5,3	5,5	6	6	6	6,3	6,5	5,3	5,3	5,5	5,9	4,8	5,00	
6	Mestra Stout	3	4	4,3	6,3	5,5	5,5	6	5	5,8	5,5	5	4,75	5,6	5	4,38
7	Kurrü Ale	4	3,3	5	5,5	5,25	6,5	6,5	6,3	5,3	4,8	5,3	6,63	5,8	5,5	5,63
8	Szot Stout	3,8	3,3	3	4,3	6,5	6,5	5,3	6,5	6	5,3	5,3	5,25	4,9	5,3	5,00

ranking de las fichas de cata

4	Kelü Ale	5,51
5	Kolü Ale	5,49
7	Kurrü Ale	5,40
8	Szot Stout	5,06
6	Mestra Stout	5,03
2	Antü Ale	4,97
1	Torres d Paine	4,68
3	Valbier	4,43

6. Cual de las 8 cervezas te gustó mas (En recuadro la elegida por cada degustador) y su puntuación particular al margen de la ficha de cata

núm muestra	Marca	degustador															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Torres d Paine				5	4	6	6	5		4	5,5	6	5,5	5	4,5	
2	Antü Ale		5	3	5	6	5,5	5	6		4	5,2	6,5	6,1	6	5	
3	Valbier			5	2	6	4	4,5	3	3		5	6,5	4	5	4	3
4	Kelü Ale		7	5	6		6,1	5,5	6		5	4	4	6,5	6	5,5	
5	Kolü Ale		6	5,5	6	6	6	6	7		5	5,5	5	6	5	5	
6	Mestra Stout		4	4,5	6,5	5	4,9	5	3		5	4,5	3	5,5	4	4	
7	Kurrü Ale		5	5,5	5,5	4	6	6	6,5		5	5	6,5	6	5	5,5	
8	Szot Stout		4	3	4	6	5,5	5	7		4	4	4	5	5	4,5	

Nota: el degustador 1 y 9 no evaluaron con nota final cada cerveza.

Ranking, cual cerveza te gustó más

- 4 Kelü Ale 5,6 7 degustadores la prefieren particularmente
- 5 Kolü Ale 5,7 2 Degust. la prefieren particula. y sin embargo es la mejor puntuada en gene

7	Kurrü Ale	5,5	2	degustadores la prefieren particularmente
8	Szot Stout	4,7	2	degustadores la prefieren particularmente
6	Mestra Stout	4,5	0	No hay degustadores que la prefieran degustador la prefiere
2	Antü Ale	5,3	1	particularmente degustador la prefiere
1	Torres d Paine	4,9	1	particularmente degustador la prefiere
3	Valbier	4,2	1	particularmente

Respuesta del degustador 1 (a modo de ejemplo)

Degustador 1

marca	Color	Aroma	Sabor	Equilibrio	Promedio	Notas de cata, comentarios
Torres d Paine	5	5	4	4	4,50	
Antü Ale	3	3	3	4	3,25	
Valbier	2	2	2	2	2,00	
Kelü Ale	3	4	5	4	4,00	
Kolü Ale	4	4	4	4	4,00	
Mestra Stout	4	3	2	3	3,00	
Kurrü Ale	5	3	4	4	4,00	
Szot Stout	5	4	3	3	3,75	

<i>Cuál de las degustadas te gustó más</i>	4	<i>¿Por qué?</i>	Equilibrio
<i>Qué buscas en una buena cerveza?</i>	Amargor y equilibrio		
<i>Qué cerveza consumes normalmente</i>	Paulaner		
<i>Has probado cervezas artesanales</i>	si	<i>Las prefieres a las industriales?</i>	no
<i>Qué cerveza consideras la mejor de las chilenas</i>	Kunst Bock		
<i>Hasta cuánto estás dispuesto a pagar por una buena cerveza</i>	\$3.000		

Anexo N° 3 Noticias en Prensa

16/10/2009 Wikén del Mercurio

ESPECIAL DE CERVEZAS

En cada lugar

UNA CERVEZA

Pascual Ibáñez, autor de la "Guía de la Cerveza en Chile", analiza el movimiento local que vincula cada cerveza con su lugar de origen. Aquí, este destacado sommelier elige diez de las cervezas chilenas que logran representar bien esta "regionalización". POR PASCUAL IBÁÑEZ

DIE M | Valdivia de Paine
De aromas a duraznos en almibar y corteza de naranja. Entrega un paladar glicérico y amable, dulce con toques a levadura fresca y carbónico cremoso. Golosa y sedosa. Del estanco a la jarra, el concepto de esta cerveza es "aquí se produce, aquí se consume". Es fresca porque la usan en sus locales para abastecerse a ellos mismos.



SZOT STRONG ALE | San Bernardo
Es la más atrevida porque tiene mucho de todo. Una cerveza fuerte con intensa nariz y buena expresión del lúpulo. Destacan aromas a resina, pino, finos tonos a bálsamos, melaza y dulce de membrillo. Paladar sobrio y robusto dominado por un alto amargor y un punto de dulzura que balancea. Encanta a los cerveceros que buscan cosas diferentes y marca la pauta.



DEL PUERTO, BARBA NEGRA PORTER STOUT | Valparaíso
Se define bien negra, de aromas ahumados, a frutos secos y toques a tocino o cuero. Boca firme con carbónico cremoso y una acidez que juega buen papel equilibrando sabores. Final con amargor integrado. Es una bohemia que entremezcla armónicamente tonos dulces y amargos. Es una cerveza para el ocio, para tomar en la época estival y salir de fiesta.



COLONOS LAGER | Llanquihue
Una rubia sin filtrar que se le ve muy sólida y firme en su estilo. Fresca, con paladar seco y gustoso, de seductor amargor que le mantiene un largo final. Ellos se la juegan para que la cerveza tenga un final resistente. Es el prototipo de cuando un cervecero busca una buena cerveza del sur.



CRATER PORTER | Villarica
Como el volcán, es una cerveza donde predominan los tonos de una malta muy tostada y de café torrefacto, que le dan notas de grafitos. Suave y liviana con justo amargor y tono avainillado está muy bien contrapesada con un punto como de café crema. Es para melosos.



GUELLO NEGRO STOUT | Valdivia
Muy representativa de Valdivia. Una cerveza repleta de sabor y fuerza con tonos a café torrefacto, cacao, pan tostado y toque avainillado. Concentrada y sabrosa como un ristretto. Larga y muy convincente para los amantes de este estilo. Aquí hay cerveza y ponen especial cuidado en combinar los ingredientes.



CAPITAL PALE ALE | Santiago
Tiene un buen carácter y es bien representativa del estilo que entrega aromas especiados y afrutados como piña verde, resina, pino y cedro. De paladar seco y cuerpo firme, tiene un amargor acentuado que le da franqueza a su estilo.



OLIBEK PILSENER | Coyhaique
Una cerveza amable y bien singular tipo pilsener, limpia, fresca con tonos florales y paladar untuoso. Termina con finos recuerdos ahumados. No sé si será por el agua o el equilibrio de la receta, pero, viniendo de una zona tan fría, es tan refrescante como el agua pura de un glaciar. Fina y nitida.



YEROPAME KOLL ALE (BROWN ALE) | Quilón
Una cerveza de boca corpulenta y aromas a confitura de zapallo, arpepe y fruta negra. Paladar dulce y sensación cálida con un amargor bien llevadero. Es el proyecto que más representa a una cerveza de garaje.



Pascual Ibáñez es fundador, director administrativo de La Escuela de los Sommeliers, y autor de la primera guía anual de la cerveza en Chile. A continuación algunos proyectos nuevos, todavía no registrados en la Guía: Malvar de los de Pascual, Muelle Verde, de Puerto Montt; Amis Jamb, Kivi y Black Ira, de Osorno; K'was, de Villa Alerce; Invas, de Paine; Leyenda de Santiago.

20/10/2009 Las Últimas Noticias

Pymes

Martes 20 de octubre de 2009 / Las Últimas Noticias



FOTOS: ALBERTO GARCÍA

Preparativos para la versión criolla del "Oktoberfest"

Miles de litros de cerveza fermentan para Malloco

Quinta edición de la tradicional fiesta bávara reunirá a toda la industria cervecera.

ROBERTO RIVEROS J.

Los amantes de la cebada fermentada han esperado ansiosos durante un año a que, de nuevo, los fértiles campos de Malloco se transformen en un pedacito de Bavaria y alberguen la versión criolla del mundialmente famoso "Oktoberfest" alemán, conocido por estas latitudes como "Fiesta de la Cerveza".

La actividad, que comenzó en 2005 como un tímido intento por hacer pública una celebración privada de la co-



El matrimonio Zahlhass-Rios.

lonia germana y contribuir a la actividad comercial de la zona, se transformó rápidamente en el epicentro de la industria cervecera nacional, además de erigirse como la "navidad" para una multitud de sedientos fanáticos de la bebida.

"En esta quinta edición, reuniremos a 45 productores y marcas de cervezas artesanales, incluyendo una de Isla de Pascua llamada Mahina, más todas las cervecerías tradicionales", comenta Alex Zahlhass, quien junto a su esposa Helena Rios, son los directores de Ferexpo, empresa organizadora de la fiesta.

-¿A cuánta gente esperan recibir?

-Todos los años los visitantes se han multiplicado por dos. Si en la versión pasada llegaron 42 mil personas, esta vez esperamos a 80 mil o más, por eso nos hemos preparado especial-

mente.

-¿Cómo?

-Tripliquemos el espacio para la fiesta. Son 100 mil metros cuadrados adaptados especialmente para eventos. Ha sido una inversión importante, sólo en baños se destinaron 25 millones de pesos.

-¿Cuánta cerveza se consume?

-Aproximadamente un litro por persona, es decir, fueron 42 mil litros el 2008.

-¿Cuánto repercute este evento en la industria?

-Para muchos cerveceros artesanales este es el evento más importante del año y se preparan con anticipación porque logran aquí su mayor volumen de ventas del periodo. Varios de ellos nos han comentado que esta, fue la instancia que les dio el empuje a sus negocios, donde se dieron a conocer.

Cerveza Toropaire desde la Región del Biobío

La cruzada por permanecer 100% artesanales

ROBERTO RIVEROS J.

En mucho más que un hobby se ha transformado la aventura familiar que el catedrático de física Guillermo Merino y su esposa, Susana Villar, emprendieron hace tres años en la Región del Biobío, con el ánimo de producir la cerveza más artesanal del mercado.

"La verdad que ha sido todo muy vertiginoso. Creamos Toropaire (www.toropaire.cl) y hoy estamos comercializando alrededor de 16 mil botellas de 330 c.c. al mes, en Santiago, el sur e incluso al exterior", comenta Merino.

-¿Por qué es más artesanal que otras?

-Es que nosotros tenemos una parcela cerca de Quilón donde está la planta, sembramos nuestra propia cebada y nos ocupamos de todo el proceso. No compramos insumos elabora-

dos, lo que nos da un control directo sobre el sabor, calidad y uniformidad del producto. Eso se ve en pocas cervecerías.

-¿Es distinta a una cerveza de ciudad?

-Sí, incluso es un valor agregado, porque el suelo, el agua, todo repercute en el producto final. Por ejemplo, nosotros ocupamos aguas subterráneas del Valle de Coyanco.



La pareja siembra su propia cebada.

Fiesta de la Cerveza Datos indispensables

• **Cuando:** 29 de octubre al 8 de noviembre.

• **Donde:** Centro de eventos Munich, Parcela N° 2, camino a Melipilla, Km 31, Malloco.

• **Cuanto:** Entrada adultos, 2.500 pesos de lunes a viernes. Sábado, domingo y festivos 4.000 pesos.

• **Novedades:** 100 mil metros cuadrados de exposición, 45 marcas de cervezas artesanales, shows en vivo, premios a conductores designados.

• **Promociones:** para grupos y empresas, con cerveza y comida incluida.

• **Información:** www.fiesta-delacerveza.cl

24/10/2009 Publimetro

Para no perderse



Conozca las coordenadas de esta Oktoberfest que se realiza en el Centro de Eventos Munich (Malloco).

- ▶ **Coordenadas:** el centro de eventos está ubicado en la Parcela 2 camino a Melipilla, km 31, Malloco.
- ▶ **Horas y valores:** lunes a viernes 17 a 22 horas. Sábados y domingos de 12 a 23. La entrada va de \$1.500 (niños de 12 a 17) a \$4.000 (adultos fin de semana).
- ▶ **Para los fanáticos de las artesanales,** estas son las marcas presentes: Toro Paine, O'Doolan, Mahina, Importadas, Quimera,

Mundo Cervecer, Nación, Cráter, Troya, K'vas, Tajano, Nibter, Faraona, Tübingen, Weisser, Santa Cruz, Laskar, Volcanes del Sur, Saint Patrick's, Valbier-Grassau, Kolbach, Minicerveceria, Dolbeck, Kross, Szot, Mes-tra, Salzburg, Köln. Bräu, Barrachoppera, Edelstoff, Colonos, Dist. Pibamour, Capital, De Autor, Storm, Del Puerto, Rock, Lenz, Pir-que, Kusa, Volta, Gecorp y la Die M.

24/10/2009 Revista Dato

NUEVA CERVEZA ARTESANAL

Las cervezas Toropaire son elaboradas en forma completamente artesanal, desde la siembra de la cebada, siguiendo con el malteado para finalizar con una carbonatación en la misma botella. Esto se combina con el uso de aguas subterráneas del Valle de Coyanco en Quillón, generando una cerveza de calidad Premium. Cuenta con dos tipos de cerveza Antú Ale, cerveza Ambar Ale de 5,8a de alcohol, elaborada sólo con malta base. Kelü Ale, un tipo de cerveza Indian Pale Ale de 6,0a de alcohol,

Yoga a \$1.000

Aunque te parezca increíble, es así. Sólo por mil pesos puedes tener una clase de Yoga con profesores de amplia experiencia en el Centro Agni Yoga. Este es un centro de Yoga y Terapias Complementarias que se basa principalmente en técnicas yóguicas y holísticas para el desarrollo del Ser. Realizan Kundalini y Hatha yoga, Yoga Pre y Post Parto, Yoga para niños, sanación yóguica y terapias holísticas.



10100:

elaborada con malta base, malta caramelo y una combinación de lúpulos especiales. **Toda la línea de cervezas TOROPIRE vienen en envases de 330 cc y se venden en la cadena de Supermercado Jumbo y Santa Isabel. \$1.200. www.toropaire.cl**



10/11/2009 revista Dato Ñuñoa

(NOVEDADES) datoavisos



NUEVA CERVEZA ARTESANAL

Las cervezas **Toropaire** son elaboradas en forma completamente artesanal, desde la siembra de la cebada, siguiendo con el malteado para finalizar con una carbonatación en la misma botella. Esto se combina con el uso de aguas subterráneas del Valle de Coyanco en Quillón, generando una cerveza de calidad Premium. Cuenta con dos tipos de cerveza Antü Ale, cerveza Ambar Ale de 5,8° de alcohol, elaborada sólo con malta base. Kelü Ale, un tipo de cerveza Indian Pale Ale de 6,0° de alcohol, elaborada con malta base, malta caramelo y una combinación de lúpulos especiales. **Toda la línea de cervezas TOROPAIRE vienen en envases de 330 cc y se venden en la cadena de Supermercado Jumbo y Santa Isabel. \$1.200. www.toropaire.cl**

24/11/1009 Las Últimas Noticias

Empresa, Sociedad & Cultura

NUEVA LÍNEA

De cervezas artesanales Toropaire

Las cervezas Toropaire son elaboradas en forma completamente artesanal, desde la siembra de la cebada, siguiendo con el malteado para finalizar con una carbonatación en la misma botella. Este proceso combinado con el uso de aguas subterráneas del Valle de Coyanco, Comuna de Quillón, Región del Biobío genera una cerveza de calidad Premium.

Su línea de cervezas está compuesta por 2 tipos de exquisitas preparaciones artesanales: Antü Ale, cerveza Ambar Ale de 5,8 grados de alcohol, elaborada sólo con malta base y Kellü Ale, cerveza Indian Pale Ale de 6,0 grados de alcohol, elaborada con malta base, malta caramelo y una combinación de lúpulos especiales.

Toda la línea de cervezas Toropaire vienen en envases de 330 cc. Para mayor información y ventas ingresar a la página www.toropaire.cl



9/11/2009 Las Últimas Noticias

ediciones anteriores Tráfico en fun.com según **Las Últimas Noticias** www.fun.com
Búsqueda de noticias  Lunes, 09 de Noviembre de 2009 [Nota su velocidad de conexión](#)

Merco Antonio Figueroa y Nelson Acosta volverán a sacar chispas  E-Mail

Mayorista Pag. 3

#42 [Llegan nuevas cervezas artesanales negras](#)  E-Mail

Mayorista Pag. 10

#43 [Un bazar que apuesta por los escolares](#)  Negocio lo levantó su dueño en el estacionamiento de

Lunes 9 de noviembre de 2009

Llegan nuevas cervezas artesanales negras

Toropaire presenta su nueva línea de cervezas negras, compuesta por dos tipos de exquisitas preparaciones artesanales. Una de ellas es Kolú Ale, una variedad estilo brown ale, de 5,9 grados de alcohol. La segunda es Kurrú Ale, una cerveza porter de 6,1 grados de alcohol.



8/11/2009 El Diario de Concepción

El Diario DE CONCEPCION

Domingo 08 de noviembre del 2009

En total, el consumo de cerveza –industrial y artesanal– de los chilenos subió el año pasado un 4,2 por ciento respecto de 2007, de 34,5 a 36 litros per cápita, según datos de la Asociación de Productores de Cerveza de Chile (Apechi).

En cifras globales, el consumo llegó a 600 millones de litros el año pasado, 30 millones más que en 2007, aumento explicado por el mayor poder adquisitivo, más difusión de la cerveza y la diversificación del mercado de este producto. Pese a este aumento, el consumo de cerveza en Chile es moderado en el marco de los países latinoamericanos. En 2007 Chile ocupó el décimo lugar en la región en el consumo de cerveza por habitante, en una lista que fue encabezada por Venezuela, con un promedio de 95,4 litros per cápita; seguido de México, con 58,4 litros per cápita; y Perú, de 46,0 litros por persona anual.

A su vez, el alza en las ventas de las llamadas cervezas “premium”, de mayor calidad, fue de un 15,3 por ciento el año pasado respecto de 2007, al pasar de 66 a 76 millones de litros.

Toro Paire

Otra buena propuesta de cerveza artesanal es Toro Paire, elaborada en un fundo al interior de Quillón, que hasta hace poco tiempo era conocido por sus vinos y licores con nombres pintorescos.

Gabriel Merino, profesor de la Facultad de Ingeniería Agrícola de Universidad de Concepción y su primo Marcelo Coria de la Hoz tuvieron la idea de producir cerveza el año 2006. Así, la planta de elaboración de cerveza artesanal se terminó de construir en octubre de 2007 y en el mismo mes se hizo el lanzamiento del producto.

miento del producto.

La fábrica tiene tres empleados de planta, y un maestro cervecero, Juan Huenumán Cayunao, que trabajan en el malteado y elaboración de la cerveza. En la preparación se usan aguas subterráneas, malta y cebada de producción propia y lúpulos importados.

“Todo el proceso es artesanal y controlado por nosotros mismos, desde la siembra de la cebada hasta el embotellado y tapado de las botellas, todo en forma manual”, dice el maestro cervecero. Temuquense de ascendencia mapuche, Huenumán concibió las recetas de las cuatro variedades de Toro Paire, utilizando el mapudungun para nombrar las cervezas de acuerdo a su color característico: Antú (Dorado), Kelú (Rojo), Kolú (Café) y Kurrú (Negro) son las variedades actualmente producidas, todos del tipo Ale, que “son más densas, con color y sabor más marcado que las Lager (cervezas comunes que encontramos en el mercado).

“La Kolú Ale, con su color café, es una novedad en Chile, sólo nosotros la producimos y es la única en el mercado que tiene la tabla de alimentación en la botella (calorías, energía, etc.)” y un contenido de alcohol de alrededor de 6°, agrega Juan. En la planta se alistan para alcanzar una producción de 24 mil botellas al mes hasta el verano de 2010. El producto ya está disponible en los supermercados Santa Isabel, en algunos restaurantes y otros lugares más exclusivos, como las Termas de Chillán. El precio de cada botella de 330 cc., en promedio, es de 1.120 pesos en estos locales.

Menos conocidas

En San Pedro de la Paz fue



CRISTIAN VALENZUELA, maestro cervecero de Latitud Sur: “estamos empeñados en enseñar a la gente a tomar cerveza de alta calidad”.



JUAN HUENUMÁN, de Toro Paire: “controlamos todo el proceso, de la siembra de la cebada al tapado de la botella”.

creada la primera cerveza artesanal de la Región, la Zipel Bier, un producto con elaboración limitada, pero que ha ganado prestigio entre los conocedores.

Promocionada como una “cerveza artesanal con la mejor cebada, el mejor lúpulo y el agua más pura del Sur”, es

elaborada con distintos sabores: con frambuesa, café, miel y -lo más novedoso- ají.

En 2010, una innovadora cerveza podría llegar al mercado penquista. Benjamín Guerra Adlerstein y Máximo Tapia Arriagada quieren producir comercialmente la cerveza artesanal Forz, un producto

sin alcohol, orientado a deportistas, personas que realizan dieta y todos quienes estén preocupados por su alimentación.

Se pretende posicionar la cerveza con un concepto innovador: la de bebida energizante, que hidrata, aporta calorías, fibras, vitaminas y

minerales. “Es una bebida ideal para tomar después de hacer ejercicio y que puede ser ingerida incluso, por mujeres embarazadas, porque aporta nutrientes y ácido fólico”, dice Benjamín Guerra. Pretenden elaborar 1.200 litros mensuales para venderlos en el mercado regional.

36
litros

Consumo per cápita anual de cerveza en Chile, según cifras que se manejan en ese sector.

10/12/2009 Dato Avisos

QUIERES DIVORCIARTE

Existen diferentes tipos de divorcio: de común acuerdo, unilateral y culpable. Un aspecto importante es considerar la fecha de matrimonio para acreditar el cese de convivencia.

Divorcio común acuerdo

Requiere cese de convivencia superior a 1 año, existiendo hijos menores necesita un acuerdo para protegerlos moral y económicamente. **Duración promedio:** 2 meses desde la demanda. Obtenida la sentencia, se inscribe y tu nuevo estado civil será "Divorciada-o".



NUEVAS CERVEZAS NEGRAS

Las cervezas Toropaire elaboradas completamente en forma artesanal, desde la siembra de la cebada, presentan su nueva línea de cervezas negras está compuesta por 2 tipos de exquisitas preparaciones artesanales. Kolü Ale, cerveza estilo Brown Ale de 5.9° de alcohol, y Kurrü Ale, un tipo de cerveza Porter de 6.1° de alcohol, todas elaboradas con malta base, malta caramelo, malta tostada y lúpulos especiales. Vienen en envases de 330cc y se venden en la cadena de supermercados Jumbo y Santa Isabel. **Su valor comercial es de \$1.200 /** www.toropaire.cl



23/12/2009 Uniersia

ESTUDIANTE-UNIVERSIDAD-CONCEPCION-ES-PREMIADO-TESIS-PRODUCCION-LIMPIA - Windows Internet Explorer

http://www.uniersia.cl/portada/actualidad/noticia_detalle.php?noticia=15129

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos | Símbolos rugosos | Biblioteca de Web Sites | Hotmail gratuito

ESTUDIANTE-UNIVERSIDAD-CONCEPCION-ES-PREMIADO...

www.talentosdesign.com

uni>ersia Crónica Chile

CHILE - Home > Viernes - 05 / 12 / 2009 05:58 SERVICIOS : CORREO | LIBROS | TENDA | FOROS | TRADUCTOR | BANCO SANTANDER

Argentina	Brazil	Chile	Colombia	España	México	Pará	Portugal	Puerto Rico	Uruguay	Venezuela
07:38 PM	07:38 PM	06:38 PM	04:38 PM	10:38 PM	03:38 PM	04:38 PM	07:38 PM	05:38 PM	07:38 PM	05:28 PM

23/12/2009

Desarrollo medioambiental

Estudiante de la Universidad de Concepción es premiado por su tesis de producción limpia

Universidad de Concepción

El alumno realizó su estudio en la planta artesanal cervecera de la marca Toropaire.

Revisa las actividades universitarias en la **Agenda Uniersia**

El Centro de Ciencias Ambientales EULA-CHILE y el Consejo Nacional de Producción Limpia premiaron a Walter Roback Pérez, estudiante y tesis de Ingeniería Ambiental de la Universidad de Concepción, por su trabajo de tesis y el aporte que éste brinda al desarrollo de la producción limpia.

El estudiante obtuvo esta distinción con el proyecto de título "Estimación y gestión de la huella de carbono de una planta cervecera artesanal de la UTM, S.A." de la planta

Has páginas de interés

Buscar en Crónica

Contactate con el Editor

Noticias de la Universidad

Fotoperfiles

Agenda

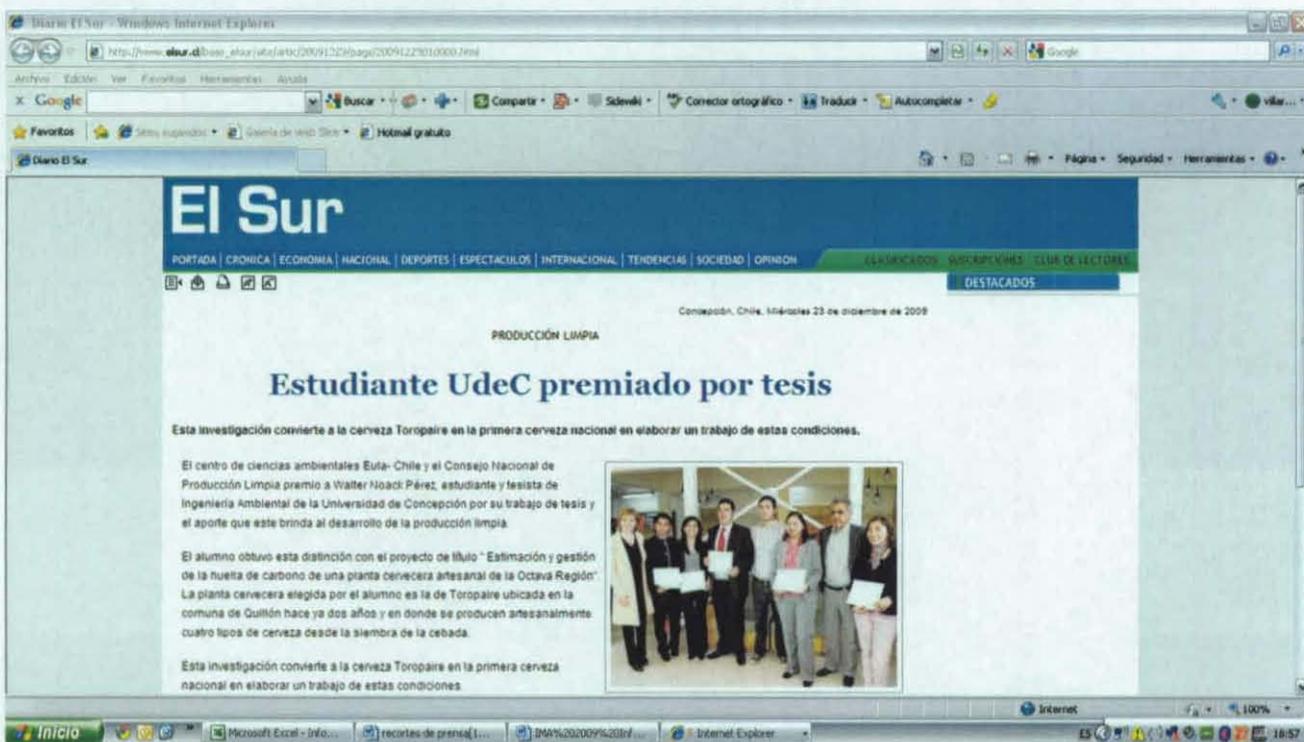
Teléfono Educación Superior en Tronconindo, Cilla 2007

Universidades Acreditadas

Caravans Acreditados

Inicio Microsoft Excel - Info... Encartes de prensa... IMA%202009%20Inf... Internet 100%

23/12/2010 El Sur de Concepción



24/12/2009



24/12/2009 La Tercera



16/01/2010 El Diario de Concepción

12 | CUANDO

LA VIDA DE LOS LOCALS PRIMERA DE CONCEPCIÓN

Beber cerveza puede ser igual de estimulante que un buen vino

Una bebida alcoholizada es bebida de sabor amargo y apurar la vida, con pocas excepciones a otras bebidas, son los ingredientes básicos para hacer el alcohol, así es un mundo de sabores, aromas y sabores, que vale la pena probar.

La cerveza es una bebida que ha crecido en los últimos años, y que ha pasado de ser una bebida de consumo masivo a una bebida de consumo selectivo. Esto se debe a que la cerveza ha pasado de ser una bebida de consumo masivo a una bebida de consumo selectivo. Esto se debe a que la cerveza ha pasado de ser una bebida de consumo masivo a una bebida de consumo selectivo.



Una barra de un bar en Concepción, Chile.

VIERNES 18
CHILE
El día de la cerveza
El día de la cerveza
El día de la cerveza

VIERNES 18
CHILE
El día de la cerveza
El día de la cerveza
El día de la cerveza

VIERNES 18
CHILE
El día de la cerveza
El día de la cerveza
El día de la cerveza

Participa

Universidad de Concepción

ESCUELA DE VERANO 2010

Patrones y matrices de las potes
del 22 de agosto al 27 de agosto de 2010

13 | CUANDO



Un hombre disfrutando de una cerveza en un bar.



Un barman sirviendo una cerveza en un bar.

600 millones de
El consumo de cerveza en Chile creció un 10% el 2009.



Un vaso de cerveza con una etiqueta.

13 | CUANDO



Un grupo de personas disfrutando de una pizza en un restaurante.



Un trabajador en un comercio.

600 millones de
El consumo de cerveza en Chile creció un 10% el 2009.



Un trabajador en un comercio.

600 millones de
El consumo de cerveza en Chile creció un 10% el 2009.

27/01/2010 El Diario de Concepción

8 CIUDAD



Cerveza de Cullón participa en certamen mundial de Chicago

Una cerveza artesanal que se ha convertido en un éxito mundial...

644 marcas participarán en el certamen mundial de Chicago

El certamen mundial de Chicago es el más importante del mundo...

Premios para el mejor cervecero del mundo

El premio mundial de Chicago es el más importante del mundo...

11 locales

Una lista de los locales que participan en el certamen mundial de Chicago...



Workshop en Biomedicina de UdeC busca unir a la ciencia con empresa

Un taller de trabajo que busca unir a la ciencia con empresa...

Creciente apertura legal de grillos

Una creciente apertura legal de grillos...

Locatarios de la Vega exigen explicación ante demoras del Gobierno

Los locatarios de la Vega exigen explicación ante demoras del Gobierno...



LOTASORPRENDEnte. Vive el Presente y Pasa a la Historia. Avenida El Cometa 7, 190 400. 41-263480 - 41-367449. www.lotasorprendente.cl

ECONOMÍA - NEGOCIOS | 9

IN SICCA MAGISTRU IN URBE DE LA OGGE QUE CALIFICA VE BIEFICIENTE EL SISTEMA EDUCACIONAL SUPERIOR CHILENO

Zilic propone consejo para mejorar innovación nacional

El bien se ha logrado en estos tiempos en la educación superior, sin pasar mucho por la innovación, innovación y tecnología...



El profesor Zilic propone un consejo para mejorar la innovación nacional...

El profesor Zilic propone un consejo para mejorar la innovación nacional...

Tres veces más...

Tres veces más... en los casos de innovación por...

Menos horas de viaje más horas de vacaciones.

LAN. Menos horas de viaje más horas de vacaciones. Tenemos que volvernos los pantalones largos y arrancar esto mismo. LAN. El mundo de hoy es un mundo de viajes...

Portada



CONCEPCIÓN

Miércoles 27 de enero de 2010 / Año 128 - Edición 44007 / \$350

9 LLUVIAS Y DERRUMBES

Cinco penquistas atrapados en las cercanías de Machu Picchu por mal tiempo



13 DEPORTES

Collao recibe al primer " Súperclásico " entre Colo Colo y Universidad de Chile



3 POLÍTICA

Piñera llega hoy a Concepción como Presidente electo

Concepción registrará esta mañana desde que ganó las elecciones presidenciales, Sebastián Piñera.

ESTE MEDIODÍA PODRÍA DEFINIRSE VENTA: TRES BASES VENDIDAS Incierto futuro de Textil Bellavista: ya está fijada nueva fecha para remate

La venta de sólo tres bases de la quebrada fábrica Bellavista Oveja, tiene inquietos a los tomecinos, quienes temen que hoy se repita el fracaso de la primera licitación, realizada el 30 de abril de 2009. Esto pese a que el precio mínimo para presentar ofertas bajó de 12 millones de dólares del año

pasado, a sólo 4 millones de dólares. De volver a declararse desierto esta licitación, la junta de acreedores ya acordó la fecha para una tercera, a realizarse el 24 de marzo, con una rebaja del precio mínimo a dos tercios del actual, es decir, poco más de 2 y medio millones de dólares. El alcalde Eduardo Aguilera

afirmó que se trata de valores realtrata de una enorme planta industrial, que ocupa más de siete hectáreas de terreno, con más de 37 mil metros cuadrados construidos, y con maquinaria textil adquirida en los últimos seis años, que se encuentra prácticamente nueva.

1 000 el año de fundación de la histórica empresa de prestigio nacional e internacional.
2007 el año de la quiebra ante la imposibilidad de competir con las telas orientales. 7 personas sin emp

PÁGINA 5



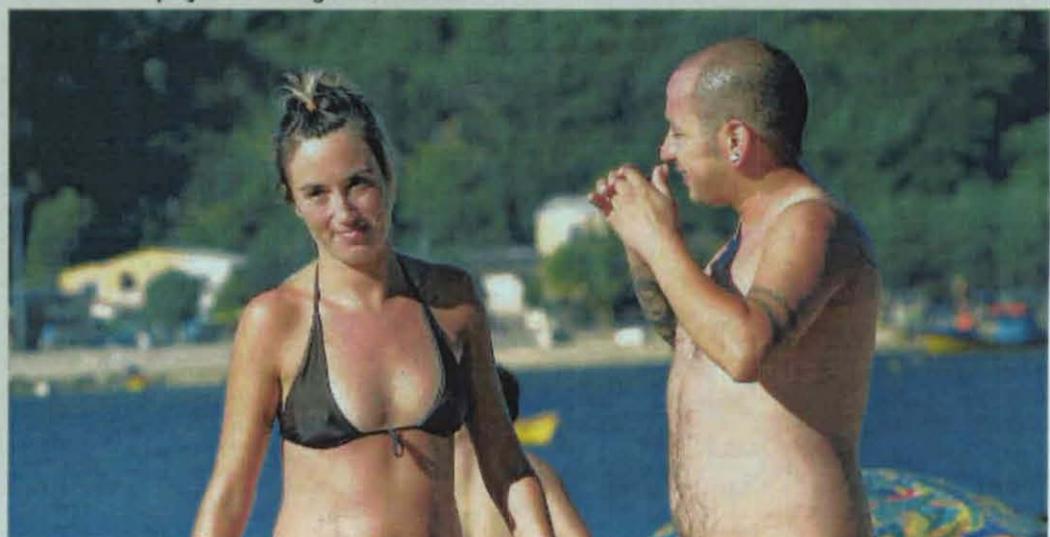
7 NEGOCIOS

Cerveza local es la única en llegar a Mundial de Chicago

Toropaire participará en el Mundial de Chicago de Cervezas Artesanales, transformándose en la única representante nacional en esta versión.



Verano en las playas de la Región del Bío Bío



Clase **DIPLOMADOS DE NEGOCIOS**
VIII REGIÓN

CONCEPCIÓN Miércoles 27 de enero de 2009 economía y empresas PÁGINA 7 El Sur

K. DE PESCADO 1.650 \$ B. Tonel.	CELULOSA NBSK 824,93 \$ B. Tonel.	CARNE 790,00 \$ B. Tonel.	PETRÓLEO WTI 94,70 \$ B. Barril.	TRIGO BLANCO 342,25 \$ B. Tonel.	COBRE 3,31 \$ B. Tonel.																																																
MONEDAS	IPC	UF	UTM	INACER R. RÍO BÍO	BOLSA SANTIAGO																																																
<table border="1"> <tr><td>EUR (USD)</td><td>136,17</td></tr> <tr><td>GBP (USD)</td><td>193,45</td></tr> <tr><td>JPY (USD)</td><td>136,17</td></tr> <tr><td>USD (USD)</td><td>100,00</td></tr> </table>	EUR (USD)	136,17	GBP (USD)	193,45	JPY (USD)	136,17	USD (USD)	100,00	<table border="1"> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> </table>	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	<table border="1"> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> </table>	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	<table border="1"> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> </table>	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	<table border="1"> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> </table>	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	<table border="1"> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> <tr><td>Indice</td><td>3.290</td></tr> </table>	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290	Indice	3.290
EUR (USD)	136,17																																																				
GBP (USD)	193,45																																																				
JPY (USD)	136,17																																																				
USD (USD)	100,00																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				
Indice	3.290																																																				

La más alta tecnología en impresión

EMPRENDIMIENTO REGIONAL

Toropaire participará en concurso internacional de cervezas

La planta ubicada en Quilín ha despertado un gran interés turístico, por lo que mejoraron las instalaciones para recibir a los visitantes.

DEL SUR A LOS

Una de las cervezas más reconocidas de la industria cervecera, la Toropaire, se prepara en la planta ubicada en Quilín, en la octava región de Chile. Este producto se caracteriza por su sabor único y su alta calidad.

CONDICIÓN CALIENTE
Además de la planta ubicada en Quilín, la empresa también cuenta con una planta en Concepción, lo que le permite atender a una gran variedad de clientes en la zona sur del país.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

Distribuyen principalmente en la Octava Región y algunos ciudades del sur de Chile. Desde febrero del año pasado cuentan con un distribuidor en Santiago.

Chicago. Desde el año 2008, la planta de Quilín ha estado recibiendo un gran número de visitantes, lo que ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.



“Completar la etapa esencial nos permitió saber cómo está nuestro comercio frente a las del resto del mundo y traer la apreciación de jueces internacionales”.

Santiago, gerente de marketing de Toropaire.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

una buena oportunidad en un mercado que sigue creciendo. Esto nos permite tener un control de calidad y un sabor único.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

La planta de Quilín ha sido reconocida por su alta calidad y su sabor único. Esto ha permitido que la empresa participe en concursos internacionales de cervezas, donde ha obtenido varios premios.

Internet

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the website of 'Diario El Sur'. The address bar shows the URL: http://www.elsur.cl/base_elsur/arts/201100127/pags/201100127003900.html. The browser interface includes standard menu items like 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The website header features the 'El Sur' logo and navigation links for 'PORTADA', 'CRÓNICA', 'ECONOMÍA', 'NACIONAL', 'DEPORTES', 'ESPECTACULOS', 'INTERNACIONAL', 'TENDENCIAS', 'SOCIEDAD', and 'OPINIÓN'. There are also links for 'CLASIFICADOS', 'SUSCRIPCIONES', and 'CLUB DE LECTORES'. The main content area is titled 'EMPRENDIMIENTO REGIONAL' and 'Concepción, Chile, Miércoles 27 de enero de 2010'. The article headline is 'Toropaire participará en concurso internacional de cervezas'. The text of the article describes how the Toropaire brewery in Quillón has sparked tourist interest and is participating in the World Beer Cup in Chicago. A small image shows a hand holding a bottle of Toropaire beer. The browser's taskbar at the bottom shows several open applications, including 'Inicio', 'Microsoft E...', 'Microsoft...', 'lanacion.cl...', 'UNIVERSID...', 'Email - Publ...', 'Cerveza de...', 'Diario El Sur...', and 'Diario El Sur...'.

Diario El Sur - Windows Internet Explorer

http://www.elsur.cl/base_elsur/arts/201100127/pags/201100127003900.html

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos Sitios sugeridos Galería de Web Sites Hotmail gratuito

Diario El Sur

El Sur

PORTADA | CRÓNICA | ECONOMÍA | NACIONAL | DEPORTES | ESPECTACULOS | INTERNACIONAL | TENDENCIAS | SOCIEDAD | OPINIÓN

CLASIFICADOS | SUSCRIPCIONES | CLUB DE LECTORES

DESTACADOS

Concepción, Chile, Miércoles 27 de enero de 2010

EMPRENDIMIENTO REGIONAL

Toropaire participará en concurso internacional de cervezas

La planta ubicada en Quillón ha despertado un gran interés turístico, por lo que mejoraron las instalaciones para recibir a los visitantes.

Con el fin de avanzar en su proceso de internacionalización, la empresa de cervezas artesanales creada en Quillón, Toropaire participará durante la segunda semana de abril en el concurso World Beer Cup, que se organiza cada dos años en Estados Unidos. En esta oportunidad, la sede del evento será la ciudad de Chicago.

Hace dos años intentaron participar en la versión realizada en California de este torneo, pero los costos de envío de las muestras eran tan altos -cerca de los US\$1.000-, que desistieron de la idea, cuenta Susana Villar, gerente de marketing y esposa de Gabriel Merino creador, de la empresa.

Por eso se presentaron en el programa de Promoción de Exportaciones Sivoagropecuarias 2010 de ProChile, adjudicándose el proyecto "Prospección del Mercado de Chicago para Cervezas Artesanales Quilón, Chile", al cual se le otorgó el apoyo del Estado de Chile, que asistió al



28/01/2010 Web Prochile Bio Bío.



GULFOOD' 2010
21 al 24 de Febrero
DUBAI - EMIRATOS ARABES



proCHILE
35 años



Inicio Regístrate ¿Quiénes Somos? Contáctenos (OIRS)  **Gobierno Transparente**

Buscar

elija donde buscar

SERVICIOS

- Servicios de ProChile
- Directorio Exportador
- Estadísticas de Comercio Exterior
- Links de Interés
- Biblioteca Virtual
- Certificación de Origen
- Ferias Internacionales
- Calidad y Medioambiente
- Estudios a Pedido
- Preguntas Frecuentes
- Exportar Paso a Paso
- Acciones de Promoción

PROCHILE	REGIÓN BÍO BÍO
	<ul style="list-style-type: none"> > Presentación de la Región de Bio Bio > Oficina Regional > Directorio Exportador > Links de Interés Regional > Noticias > Agenda > Seminarios > Documentos y estudios

Toropaire participará en concurso internacional de cervezas

Emprendimiento Regional

La planta ubicada en Quillón ha despertado un gran interés turístico, por lo que mejoraron las instalaciones para recibir a los visitantes.

28/01/2010 Diario La Crónica Chillán

Economía

Chillán tuvo 0,46% del negocio del azar

Toropaire mostrará sus cuernos en Estados Unidos

02/02/2010 Diario La Discusión de Chillán

P.10 | Lunes 2 de febrero de 2010

www.ladiscusion.cl

CHILLÁN →		ECONOMÍA			LA DISCUSIÓN	
● DÓLAR \$523,10 OBSERVADO \$638,39 ACUERDO ● EURO \$747,28	● PESO ARGENTINO \$135,51 REAL \$281,23	● UF \$20.865,85 AYER \$20.863,83 HOY \$20.861,81 MAÑANA	● UTM FEBRERO \$36.569,00 IPC MWO -0,30% MENSUAL -1,38% ANUAL	● BOLSA DE VALORES 01-02-10 ↑ 0.61 IPSA ↑ 0.66 Merval ↑ 1.17 DOW JONES ↑ 1.11 NASDAQ ↑ 19.9 AXXION ↑ 3.81 ANTARCHILE ↓ -5.17 PUCOBRE-A ↓ -3.85 QUILICURA		

→ TOROPIRE

Cerveza de Ñuble a Feria Mundial en Chicago



→ PLANTA UBICADA EN LA PROVINCIA PASARÁ DE PRODUCIR 1.027.200 TONELADAS AL AÑO, A 1.200.000

Nueva Aldea aumentará un 20% producción de celulosa



Chillán Sábado 06 de Febrero de 2010 | Pronóstico para Hoy Min: 11° - Máx: 21° Nublado y lluvia en la tarde.

LADISCUSION.CL

PORTADA | OPINIÓN | NOTICIAS | ECONOMÍA | DEPORTES | CULTURA | VIDA SOCIAL | NOTICIA CIUDADANA



Home > Economía > Economía > Cerveza de Ñuble a Feria Mundial en Chicago

Cerveza de Ñuble a Feria Mundial en Chicago

Lunes, 01 de Febrero de 2010
21:25 | La Discusion.cl

Usar puntuación: ●●●●● / 1

Malo ○ ○ ○ ○ ○ Bueno **PUNTUAR**

Gracias a la adjudicación del proyecto "Prospección de Mercado de Chicago para Cerveza Artesanal Premium Chilena" del programa Promoción de Exportaciones Sivoagropecuarias 2010 de ProChile, cervezas Toropaire será la única cerveza chilena presente en la World Beer Cup que se realiza cada dos años y esta vez la sede será en Chicago la segunda semana de abril del 2010 (http://www.craftbrewersconference.org/brew_expo.html).

Esta participación de Cervezas Toropaire pretende conocer el mercado de Chicago en el rubro de cerveza artesanal, conocer microcervecerías (sólo en Chicago hay unas 15), ver sus métodos de promoción y venta, lo técnico de sus procesos y además que se conozcan los productos nacionales.

"Participar en la feria en que habrá proveedores de insumos, nos permitirá conocer nuevos productos e insumos, nuevos proveedores y la posibilidad de importar desde ellos" señala Gabriel Merino gerente de Toropaire.



03/02/2010 800.cl



Reportajes

<< Anterior

La familia de cervezas artesanales ToroPaire

Reportajes > Gourmet | 03 de Febrero de 2010 | Por Dario



El mercado de las cervezas artesanales ha explotado durante los últimos años. Ya no da lo mismo probar una ale, una ambar o una stout, e incluso el cervecero nacional se está dando el tiempo de conocer los lugares de elaboración y procesos de las diferentes marcas.

Para que no estés tan perdido en el nuevo mundo de la "chela", acá te contamos cómo son ñas variedades de ToroPaire, una cerveza originaria de Quillón, región del Bío Bío, y que tiene la particularidad de tener un sistema completamente artesanal, desde la siembra la cebada hasta el embotellado.

Pero vamos a lo nuestro, acá están nuestras impresiones de las tres variedades probadas.

Antu Ale (5,8°)

Este es una cerveza de color dorado, turbia y con una espuma copiosa, pero poco persistente.



¿A nuestro planeta le pasará algo el
**Antes de responder lee el
reportaje**

- Si
 No

Voto

Ver Resultados

Publicidad

**El 14 de Febrero más
te lo regala 800.cl**

Una noche en
Motel Marín 014
+
Un año de
condones
Masculan



05/02/2010 La Discusión de Chillán

Home > Economía > Economía > Toropaire: Apuesta económica que levanta espuma en Ñuble

Toropaire: Apuesta económica que levanta espuma en Ñuble

Jueves, 04 de Febrero de 2010 19:41 |

José Luis Montes



Usar puntuación: / 5

Malo Bueno

Quinientas botellas de 330 cc. con rumbo a Panamá les abren las puertas de las exportaciones.

Alta calidad, inversión relativamente baja y tecnología propia fueron las cartas de esta "escalera real" criolla.



Quizás pareciera que exportar 500 botellas de 330 cc. es poco (hay quienes que se toman eso al año), pero el esfuerzo y la inteligencia que hay tras este logro, es lo que vamos a tratar de contarle en esta nota.

Si volvemos al 2005-06 encontramos a un tesista de Ingeniería Agrícola de la Universidad de Concepción, Juan Huenuman (hoy de 30 años) eligiendo tema para su titulación y a un matrimonio de docentes de esa facultad, Gabriel Merino y Susana Villar (propietarios del predio El Recreo de Quillón) más un primo del primero, Marcelo Coria, buscando una forma para diversificar su producción agrícola, en un negocio de rentabilidad a corto

plazo.

El proyecto de hacer una planta cervecera cobra vida y junta estos destinos. La tesis se amalgama con el proyecto real de construir una pequeña industria. La idea madura y evoluciona en el camino. Catadores con conocimiento de calidades de cerveza, como

5/02/2010 Vida empresarial


Vida Empresarial.cl
 Noticias del Mundo Empresarial

[PORTADA](#) / [QUIENES SOMOS](#) / [MAPA DEL SITIO](#) / [CONTACTENOS](#) / [EMPRESAS](#)

 Buscar

UF: \$ 20.857,77 Dolar: \$ 546,18 Euro: 745,96 UTM: 36.568,00 IPSA: 5.696,24
Viernes 5 de Febrero de 2010

Secciones

- [▶ Gastronomía y Alimentación](#)
- [▶ Nuevos Ejecutivos](#)
- [▶ Construcción e Industria](#)
- [▶ Cultura y Entretención](#)
- [▶ Deportes](#)
- [▶ Educación](#)
- [▶ Eventos](#)
- [▶ Medio Ambiente](#)
- [▶ Minería y Energía](#)
- [▶ Negocios y Economía](#)
- [▶ Nuevos Productos](#)
- [▶ Salud](#)
- [▶ Tecnología e Innovación](#)
- [▶ Tendencias y Sociedad](#)
- [▶ Transporte](#)

Opinión

- [▶ Política y Medios](#)
- [▶ ¿Por qué confiar en un "cazatalentos"?](#)
- [▶ Innovaciones en la Visión Tradicional de la Gestión de](#)

Portada /

Cerveza Toropaire sera la única cerveza chilena en concurso de Chicago

VE
Sección : **Eventos**
Publicado : 26/01/2010

 Enviar noticia a un amigo



i

No se puede encontrar la página web

Gracias a la adjudicación del proyecto "Prospección de Mercado de Chicago para Cerveza Artesanal Premium Chilena" del programa Promoción de Exportaciones Sivoagropecuarias 2010 de ProChile, cervezas Toropaire será la única cerveza chilena presente en la World Beer Cup que se realiza cada dos años y esta vez la sede será en Chicago la segunda semana de abril del 2010. http://www.craftbrewersconference.org/brew_expo.html.

Esta participación de Cervezas Toropaire pretende conocer el mercado de Chicago en el rubro de cerveza artesanal, conocer microcervecías (en sólo Chicago hay como 15), ver sus métodos de promoción y venta, lo técnico de sus procesos y además que se conozcan los productos nacionales.

"Participar en la feria en que habrá proveedores de insumos, con lo que nos aporta conocer nuevos productos e insumos, nuevos proveedores y la posibilidad de importar desde ellos" señala Gabriel Merino gerente de Toropaire.

Más Noticias

- [verde de Acer](#)
- [Happy Hours de tapas y tragos en el centro de Santiago](#)
- [Informe de McAfee Inc. rela que la Guerra Fría Cibemética, con infraestructura esencial bajo constantes ataques está provocando un daño generalizado](#)
- [Disputa Chicago-La Radio Chicago](#)

Publicidad

RESERVA ECOLÓGICA



