

Planificación Estratégica para Grupo Meta: “ChecaExperience, para potenciar la experiencia del cliente”

Poncio, Guillermina
Licenciatura en Administración de Empresas
Guillermina.poncio@poncio.com.ar

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2025

Tema-Pregunta

¿Cómo puede Cervecería Checa generar una propuesta diferenciadora y rentable mediante una experiencia personalizada orientada a un segmento subatendido?

Objetivo/s

Mejorar la rentabilidad de la empresa a través de un modelo de membresías que ofrezca una experiencia personalizada en el consumo de cerveza artesanal.

Para alcanzar esta meta, se busca ampliar la base de clientes, fortalecer la satisfacción del consumidor y asegurar que el equipo humano cuente con la formación necesaria para brindar un servicio de calidad. La combinación de estas acciones permitirá consolidar una propuesta diferenciadora y sostenible en el tiempo.



Discusión

En un mercado saturado, ChecaExperience propone una plataforma innovadora dirigida a un segmento poco explorado: los baby boomers, que valoran experiencias personalizadas. La propuesta permite elegir toppings, acceder a contenido educativo y disfrutar de una experiencia única, mejorando la rentabilidad y posicionando a la marca como diferenciadora.

Principales resultados

Los resultados financieros del proyecto confirman su viabilidad, con indicadores positivos de rentabilidad. La estrategia de diferenciación propuesta se alinea con las capacidades de Cervecería Checa y está dirigida a un segmento validado: adultos de entre 40 y 50 años que buscan experiencias personalizadas.

