

Área: Ciencias Sociales y Humanas

Comunicaciones Orales de Investigación: Ciencias de la Comunicación
TESINA DE GRADO

Lanzamiento de una nueva marca de vino a nivel local mediante el estudio de estrategias de marketing

Launch of a new wine brand at the local level through the study of marketing strategies

Barrozo, Alexis

Facultad de Ingeniería y Enología. Universidad Juan Agustín Maza.

Contacto: alexisbarrozo@gmail.com

Palabras clave: Mercado; Marketing; Diferenciación

Key Words: Market; Marketing; Differentiation

En la actualidad existe una mayor tendencia sobre el cambio de preferencias y captación de valor para los consumidores. Éstos buscan la relación precio-calidad en todo momento, siendo de suma importancia identificar ese valor para poder realizar el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado de vinos. Por ello la estrategia de venta debe partir de la investigación del mercado meta, al que se quiere llegar. Se induce a la comprensión de distintas variables para poder llevar a cabo la introducción y mantener un producto en el mercado; pero para comenzar a hablar de estrategias de introducción de un producto, se debe primero estudiar el tipo de mercado que pretendemos abordar, las necesidades que tiene, sus deseos y disposición de intercambio para poder satisfacer esas necesidades. Con estos términos se establece un mercado dónde tiene lugar a diversas propuestas para que cada consumidor pueda elegir. Por esto el objetivo general de la investigación es desarrollar un análisis estratégico para el lanzamiento de una nueva marca de vino. El siguiente estudio se realizó en la zona de Tunuyán-Vista Flores, donde se llevaron a cabo encuestas personales semiestructuradas a potenciales consumidores, y se tuvo en cuenta el análisis de fuentes secundarias referido al sector vitivinícola mediante entidades como el INDEC e INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura) Se llegó a la conclu-

sión que la mayoría de los encuestados son consumidores de vino tinto, como también una mayor preferencia a descubrir nuevas marcas de vinos y que les interesa el estilo artesanal que es el que se quiere posicionar. Asimismo, se pudo concluir con el estudio de las distintas variables, la existencia de un mercado potencial para el lanzamiento de una nueva marca de vino artesanal a nivel local.