RESUMEN EJECUTIVO

En el presente estudio se puede visualizar el proyecto de Plan de Marketing que pretende realizar la empresa Maule Vineyards. Esta empresa inserta en el mercado nacional como parte de la compañía Viñedos del Maule S.A. cuenta con una participación de mercado principalmente en las zona de Talca y en tres supermercados en Santiago.

La empresa quiere llegar a aumentar la cobertura de mercado mediante un Plan de marketing que será propuesto en este trabajo y que si es llevado a cabo podrá estar presente con sus vinos en ciudades turísticas y de mayor desarrollo en el sur de Chile y en más puntos de venta en Santiago, aumentando así su cobertura y participación de mercado. Además deberá realizar una importante gestión en el área de venta directa, a través, del desarrollo de telemarketing, como ejemplo.

Creemos que el futuro es promisorio para la industria del vino, aunque existan ciclos económicos que afectan los niveles de precios, por lo que la empresa estará en una sólida posición si se cumple con un riguroso plan de administración, de inversiones y de marketing y, se orientan los recursos a producir vinos de calidad para el mercado interno y externo.

Las condiciones actuales de la industria del vino, las cuales se podrán visualizar en este proyecto, permitirán incorporar la compañía al mercado nacional de vino embotellado. El esfuerzo de la empresa se sustentará en su tecnología, calidad de las cepas viníferas, y una administración eficiente, lo que le permitirá competir con el producto final obtenido.

Por lo anterior, la empresa decidió llevar a cabo la elaboración de un plan de marketing de acuerdo a las necesidades del mercado nacional y del análisis obtenido producto de este estudio, el que consiste en: un análisis de la empresa, el entorno económico y comercial, y un análisis detallado de plaza, precio, producto y promoción, para luego definir los objetivos del área de ventas nacional de embotellado y posteriormente la estrategia a desarrollar por Maule Vineyards.