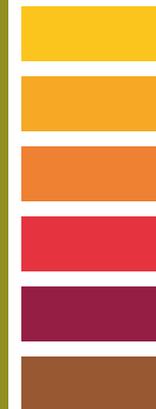




Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago

Libertador General Bernardo O'Higgins

Maule



## FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

### Creación de una Marca Asociada al Vino de Autor para Implementar una Estrategia de Comercialización, Potenciando la web 2.0, para la Empresa Petits Plaisirs

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario	Aporte FIA	: \$6.080.000
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0337	Aporte Contraparte	: \$3.418.150
Ejecutor	: Comercializadora Garau y Farías Ltda.	Región de Ejecución	: XIII
Empresa/Persona Beneficiaria	: Petits Plaisirs	Región de Impacto	: VI, VII y XIII
Fecha de Inicio	: 01/08/2009	Sector	: Agrícola
Fecha de Término	: 30/04/2010	Subsector	: Frutales hoja caduca
Costo Total	: \$9.498.150	Rubro	: Viñas y vides

## FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: [fia@fia.cl](mailto:fia@fia.cl)

### Nombre de Iniciativa

## Creación de una Marca Asociada al Vino de Autor para Implementar una Estrategia de Comercialización, Potenciando la web 2.0, para la Empresa Petits Plaisirs

### Objetivo General

Desarrollar un plan de marketing para implementar eficientemente la producción de diseños que ayuden a potenciar la comercialización de los Vinos de Autor, a través de la creación de productos corporativos para la marca vinos de autor. Esto potenciará su estrategia de posicionamiento de mercado a través de elementos tangibles y reconocibles por los potenciales clientes y consumidores de sus vinos de autor, incrementará las ventas en los segmentos definidos en el plan de marketing e introducirá al mercado su concepto diferenciador e innovador: Petits Plaisirs "Líder en Vinos de Autor en Chile".

### Objetivos Específicos

1. Desarrollar un plan de marketing.
2. Diseñar y desarrollar productos corporativos para la marca Vinos de Autor.
3. Evaluar financieramente la incorporación del diseño en la comercialización y difusión de Vinos de Autor.

### Resumen

La industria vitivinícola chilena presenta una marcada tendencia hacia la exportación. El aumento de la producción y la alta competencia en el mercado internacional, han aumentado la importancia del mercado interno para los productores nacionales. Por su parte, el consumidor nacional ha respondido a este desarrollo generando un interés especial en el producto, siendo cada vez más sofisticado en su decisión de compra.

El consumidor chileno de vino se caracteriza por presentar una frecuencia de consumo relativamente alta y una preferencia por vino tinto por sobre vinos blancos. Entre los factores más importantes que determinan la elección de un vino se encuentran "Calidad", "Precio" y "Experiencia anterior" y presenta una percepción positiva entre mayor precio y mayor calidad. Los cambios en la producción y en el consumo que ha experimentado el mercado nacional, han generado interés por conocer la valoración de mercado de diferentes atributos del vino.

En este contexto los Vinos de Autor nacen para satisfacer un mercado de consumidores ávidos por probar nuevos y diferentes tipos de vinos, que los lleva a experimentar nuevas sensaciones de probar vinos únicos con una historia y sello de autor. Existe en el mercado una sana convivencia entre los vinos tradicionales actualizados y los Vinos de Autor. No obstante, los vinos de autor resultan cada vez más pujantes dentro del competitivo mercado de los vinos, esto se debe a que al relacionarse a una persona y no a una industria, tienen un gran poder de innovación, además poseen un alto contenido emocional. Ambas cualidades de gran aprecio por el consumidor. En este tipo de productos en otras partes del mundo se han observado que muchos de ellos han acabado por convertirse en prestigiosos vinos de moda y su precio se ha disparado.