

Comparación de las estrategias de diferenciación del vino y la cerveza en la provincia de Mendoza

Comparison of wine and beer differentiation strategies in the province of Mendoza

Rubén Pelegrina

Universidad Juan Agustín Maza. Mendoza. Argentina

Contacto: rubenpelegrina@yahoo.com.ar

Palabras clave: Vino; Cerveza; Diferenciación
Key Words: *Wine; Beer; Differentiation*

Introducción: el análisis de un sector de negocios tiene como finalidad adquirir una visión general sobre el contexto de actuación de un proyecto, para ello se efectúa examen del grado de impacto sea favorable o desfavorable que producen las variables incontrolables (competencia, proveedores, clientes, estado) en el desempeño. En concreto se busca determinar el grado de atractivo que posee el sector de negocios considerado, con el fin de establecer la influencia que generará en la empresa.

Una de las variables a analizar en un sector de negocios es la disponibilidad de productos sustitutos cercanos y el costo de cambiar un producto por otro, para el usuario final.

Cuanto mayor sea la variedad productos alternativos en un sector, mayor será la intensidad de la rivalidad competitiva y menores los atractivos estos en términos de rentabilidad esperada para que una empresa ingrese en un sector.

En virtud de lo expuesto alcanza notable relieve el accionar de las empresas por diferenciar la oferta de productos. La clave reside en generar valor para el cliente. Diversas son las formas de diferenciar productos. Con la diferenciación de aquellos es posible distinguir las marcas con respecto a sus características, desempeño, calidad de desempeño, calidad de conformidad, estilo y diseño. En tanto que otras compañías logran una diferenciación de servicios, gracias a una entrega rápida o facilidad para ordenar, por ejemplo. Otras formas de lograr valor para el cliente son la diferenciación de los canales de ventas o de imagen de marca de un producto.

El vino y la cerveza son productos, que se sustituyen mutuamente, al satisfacer la misma necesidad y registran un esquema de crecimiento de suma cero, esto es, el aumento de las ventas de un sector se refleja en el descenso del consumo del otro.

Objetivos: identificar las formas de diferenciar la oferta de las principales marcas de vinos y cervezas que atiendan el mercado de la Provincia de Mendoza

Metodología: la investigación será de carácter cualitativo, descriptivo mediante el análisis de publicidad gráfica y multimedial y el desarrollo de cuestionarios estructurados a usuarios del mercado de vinos y cervezas, mediante contacto personal. Los tipos de preguntas serán dicotómicas y de elección múltiple. Procuran detectar rasgos, características y tendencias. Se utilizará un muestreo aleatorio simple.

Resultados Esperados: se procurará identificar las estrategias de diferenciación, para generar valor para el usuario, de las empresas del sector bebidas y dentro de ellas, aquellas que ofrezcan vinos y cervezas.

Los hallazgos de la presente investigación, las estrategias de las empresas del sector para lograr crear valor para el cliente y valor económico para ellas y la sociedad en su conjunto. Es decir que los activos de las compañías se valoren más en el mercado, generen crecimiento y empleo de mano de obra.