



Universidad
Francisco de Paula Santander
Ocaña



¡Construyendo Proyectos de Vida!

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR EL GRADO DE ACPTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VINO DE FRUTAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA

PRESENTADO POR:

**LUIS FERNANDO MELO PABON
THOMAS RODRIGUEZ GUTIERREZ**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

2017



Problema de Investigación

Existe una relación estricta entre vino y uva; ya que se conoce como Vino solo a la bebida obtenida de la fermentación alcohólica del mosto de la uva. Es por esto que pensar en la vinificación de frutas diferentes a esta, puede sonar bastante raro y atenta contra la tradición del vino; y es precisamente esto lo que da paso a que exista tal rigidez cultural. Esto lleva a que no se intente producir vino a partir de otras frutas, pues la industria no se ha preocupado por ir más allá y salir de lo tradicional; ofreciendo un vino diferente.



FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es el grado de aceptación de una empresa productora y comercializadora de vinos de frutas en la ciudad de Ocaña?



OBJETIVO GENERAL.

Determinar el grado de aceptación de una empresa productora y comercializadora de vinos de frutas en la ciudad de Ocaña.



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Determinar la frecuencia de consumo de vino en la población Ocañera.
- ✓ Determinar los gustos y preferencias de la población Ocañera en cuanto el consumo de alcohol.
- ✓ Conocer el poder adquisitivo de las personas en la ciudad de Ocaña.
- ✓ Identificar los principales oferentes en el mercado vinícola en la ciudad de Ocaña.
- ✓ Determinar variables de precio, plaza, promoción y publicidad en cuanto a la producción y comercialización de vino de frutas.



Justificación

Con esto lo que se busca abrir una nueva propuesta de valor al consumidor saliendo del contexto tradicional que se tiene en el mercado de vinos, la variedad de sabores, colores, tamaño, calidad, precio, entre otros. Que satisfagan sus necesidades insatisfechas como también tienen en cuenta la prestación del servicio, el cual los puede motivar a seguir comprando en un mismo lugar y el mismo producto.



Con la propuesta de investigación ayudaremos a satisfacer las necesidades o problemas en el consumidor



ayudara a la toma de decisión, realizar correctivos y a la implementación de nuevos valores agregados



Contribuir a la economía y el desarrollo local, especialmente al campesino productor

DELIMITACIONES

- **Geográfica:** Habitantes de la ciudad de Ocaña, son los que están directamente relacionados con la investigación, donde los resultados nos llevarán a conocer el grado de aceptación de una empresa productora y comercializadora de vinos de frutas en la ciudad de Ocaña.
- **Conceptual:** Vinos, frutas, mosto, Productora, Comercializadora
- **Operativa:** Se pueden presentar obstáculos en dicho proceso, debido al suministro de información errónea y a la omisión de la misma por parte de la población en la ciudad de Ocaña. Éstos inconvenientes se estipularán con el respectivo director de la presente propuesta.



Marco Referencial

Marco Histórico

Historia de la investigación de mercados.
Historia del vino a nivel internacional.
Historia del vino a nivel nacional.
Historia del vino a nivel local.

Marco Teórico

Investigación de mercados.
Enología.
Fermentación alcohólica natural.

Marco Conceptual

Concepto como demanda, vino de frutas, precio entre otros.

Marco Legal

Decreto 1506 de 2014.
Decreto 1686 de 2012.
Ley 9 de 1979 título V Artículo 243º



Metodología

Para la realización de la investigación se toma como modelo, el tipo de investigación descriptiva

La población objeto de estudio estará compuesta por toda las personas que residen en el casco urbano del municipio de Ocaña, quienes brindaran información que permitirá determinar y desarrollar los objetivos anteriormente planteados.

Esta población está representada según cifras del DANE por 95.190 habitantes, de los cuales solo se tomara el 89.5% que correspondería a 85.233 habitantes



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS



Universidad
Francisco de Paula Santander
Ocaña

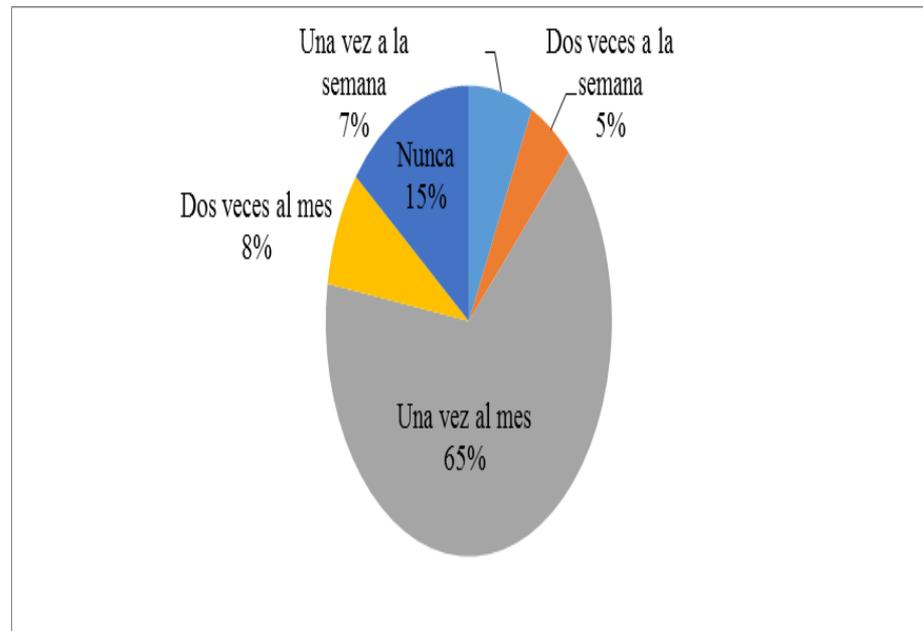


¡Construyendo Proyectos de Vida!

1.DETERMINACIÓN DE LA FRECUENCIA DEL CONSUMO DE VINO EN LA POBLACIÓN OCAÑERA.

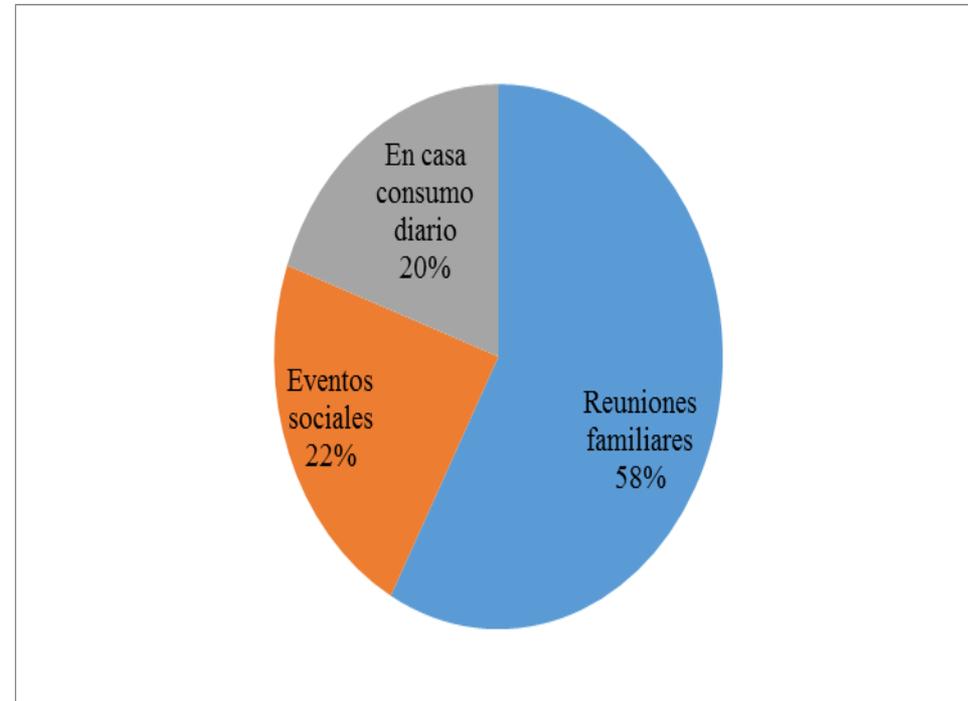
➤ *Frecuencia de consumo de vino.*

la mayoría de los encuestados representados en un 65% manifiestan que consumen vino una vez al mes; esto sucede precisamente debido a que en la ciudad no existe tendencia al consumo de vino, es decir, no es visto como una alternativa alcohólica de consumo inmediato a diferencia de otras bebidas.



➤ **Eventos de mayor consumo de vino.**

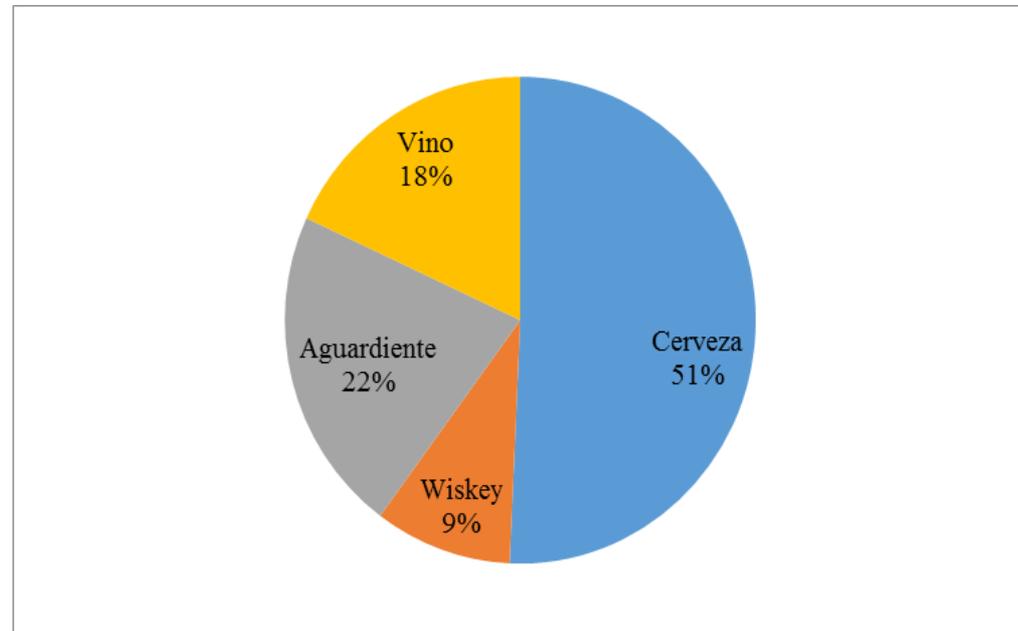
un 58% coinciden en que las reuniones familiares son las ocasiones en las que consumen, seguido de un 22% que se refiere a los eventos sociales; esto concuerda con los resultados anteriores, en cuanto a que son ocasiones que se dan aproximadamente una vez al mes,



2. DETERMINACIÓN DE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LA POBLACIÓN OCAÑERA EN CUANTO EL CONSUMO DE ALCOHOL.

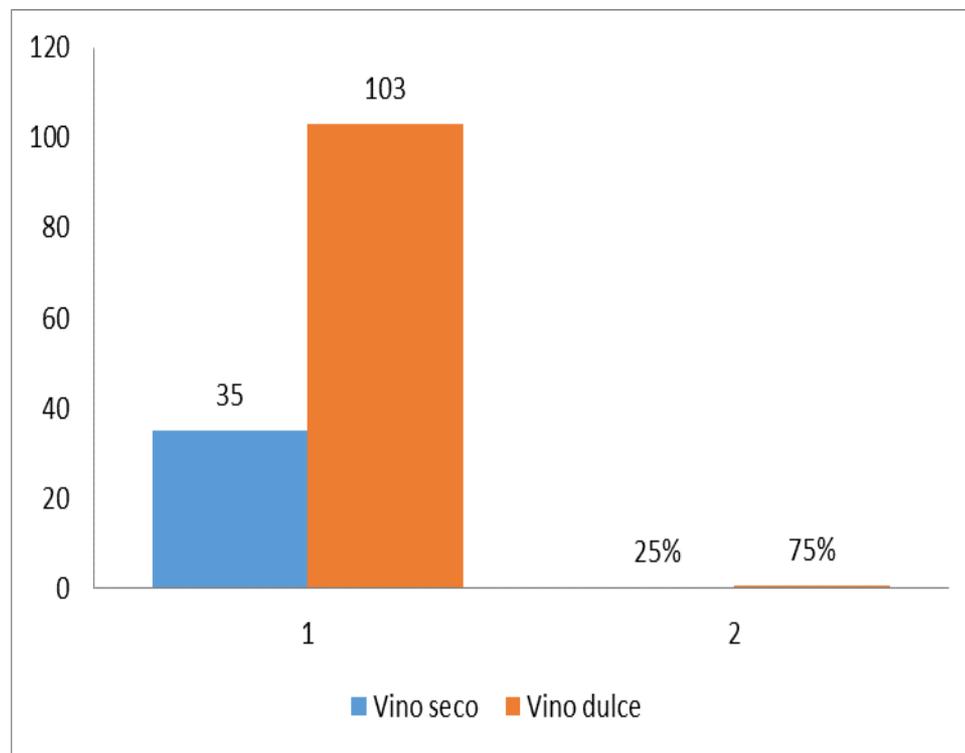
➤ ***Tipo de bebidas alcohólicas de mayor consumo.***

La cerveza es la bebida alcohólica que mas se consume seguido del aguardiente y el vino que por su parte posee un considerable porcentaje



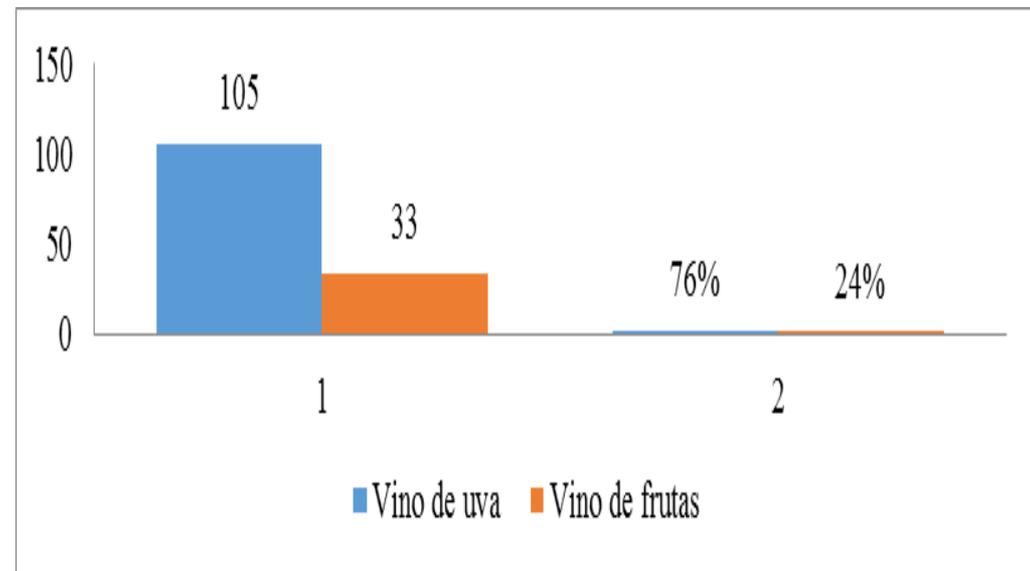
➤ *Qué tipo de vino gusta más.*

Se evidencia gran inclinación de la población por el vino dulce, ya que este es una bebida mas fácil de degustar, mientras que el Vino seco es preferido por aquellas personas conocedoras de la enología.



➤ **Sabores de vino con mayor consumo.**

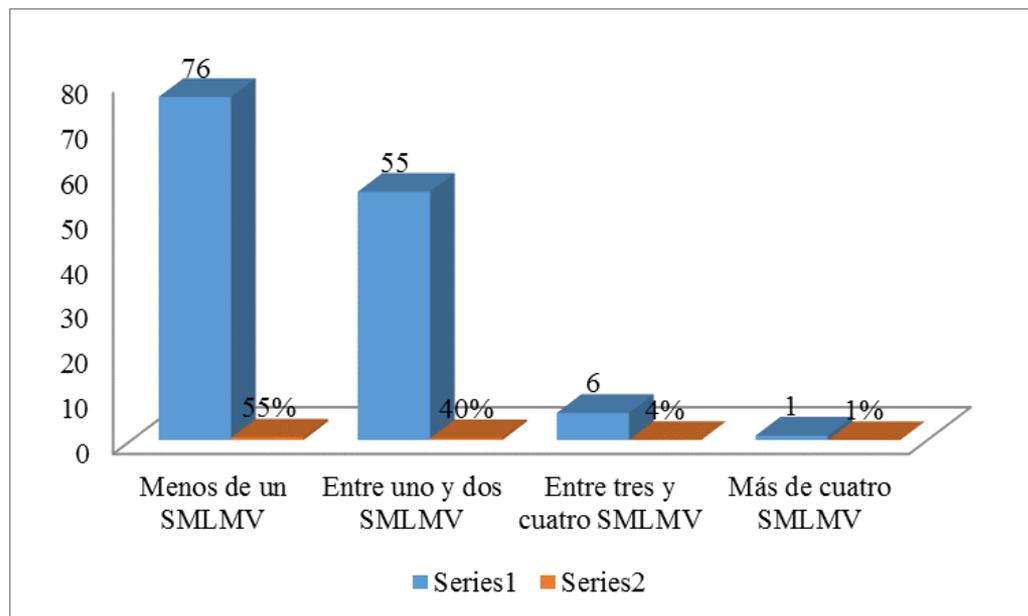
existe una fuerte preferencia por el vino de uva; esto es comprensible debido a que en el mercado local se oferta mayormente vino de uva y generalmente los consumidores no tienen otra alternativa en cuanto a sabores de vino. Por otro lado el vino de frutas es una industria poco explotada.



3. CONOCER EL PODER ADQUISITIVO DE LAS PERSONAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA.

➤ *Ingresos actuales de los pobladores de Ocaña.*

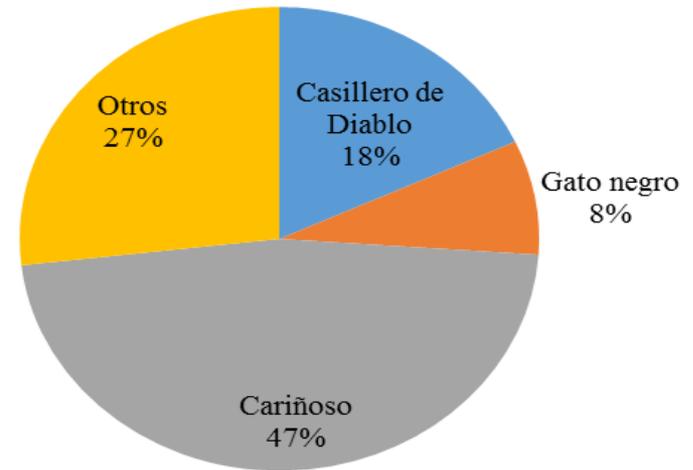
El salario de los Ocañeros se ubica en, su gran mayoría en menos de un salario mínimo mensual legal vigente.



4. IDENTIFICAR LOS PRINCIPALES OFERENTES EN EL MERCADO VINÍCOLA EN LA CIUDAD DE OCAÑA.

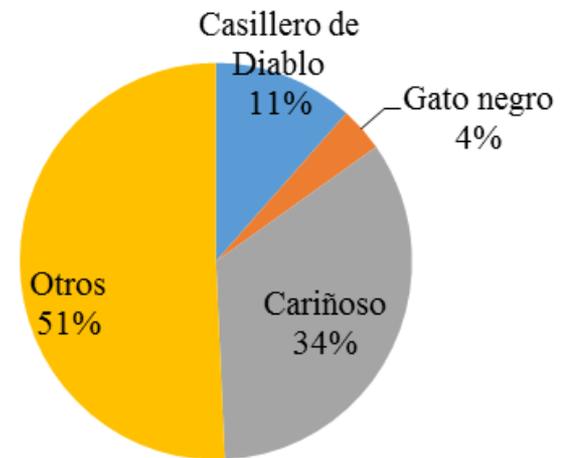
➤ *Marcas con mayor reconocimiento en el mercado vitícola.*

Marcas como el vino cariñoso del cual evidencian tener gran presencia en el mercado debido a su precio, además de esta, casillero del diablo y Manishewitz son marcas que están muy presentes en este mercado por su calidad y sabor.



➤ **Marcas con mayor consumo.**

Entre las que mas destacan esta el vino Manishewitz con una considerable demanda esto se debe por el sabor distintivo que tiene este, además el vino cariñoso es también una de las opciones mas viables a la hora de consumir esta bebida, esto se debe a la economía que le brinda al cliente, por otro lado casillero del diablo es la opción mas inmediatas en cuanto a calidad respecta.

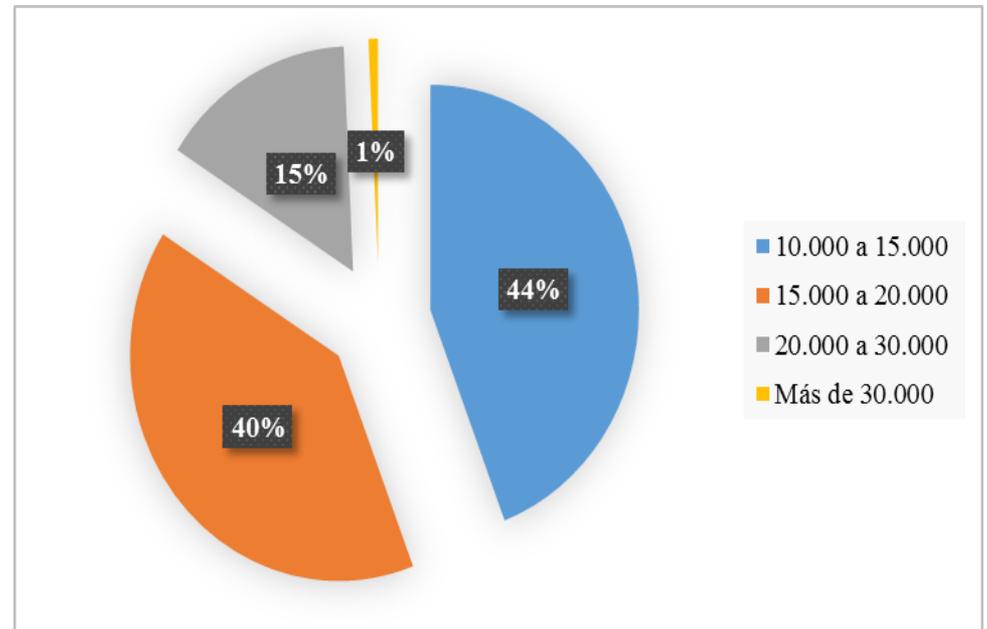


5.1 DETERMINACIÓN DE VARIABLE PRECIO.

- ***Disposición de pago por un vino de frutas.***

La mayoría de los encuetados están dispuestos a pagar por un vino de frutas entre \$10.000 y \$15.000.

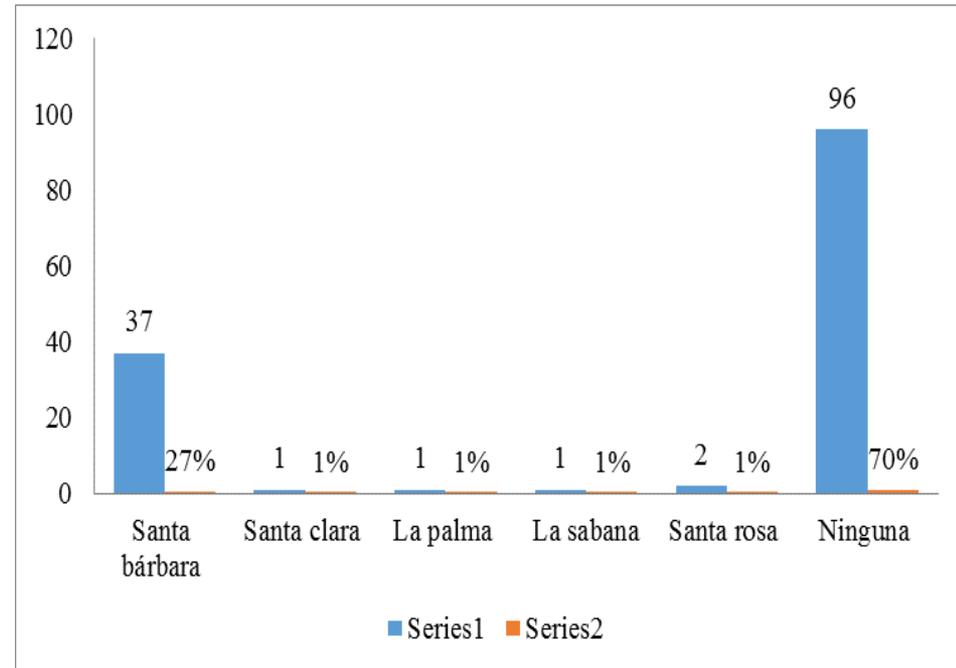
Sin embargo cabe resaltar de que un importante porcentaje estaría dispuesto a pagar un rango entre \$15.000 y \$20.000.



5.2 Determinación de variable plaza

➤ *Empresas de vino más conocidas de la localidad.*

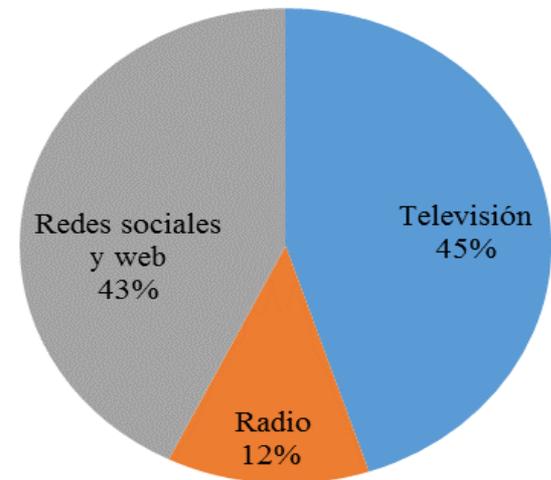
En esta oportunidad el 70% de la población manifiesta que no hay empresa que se dedique a esta actividad, por otro lado existe un 27% que manifiesta que la empresa Santa Bárbara es una empresa reconocida a nivel local y regional.



5.3 Determinación de variable promoción y publicidad

➤ *Medios de comunicación más utilizados.*

Los medios más utilizados para informarse y comunicarse son la televisión y las redes sociales debido a que son medios con mayor utilización, además la radio no es muy frecuentada debido a que es un medio mas regional que nacional.



Conclusiones

- Con base en los resultados obtenidos en la presente investigación se logró determinar que la frecuencia de consumo de vino en los pobladores de la ciudad de Ocaña, es relativamente esporádica, pues su consumo generalmente ocurre una vez al mes; esto se da evidentemente porque en la localidad no hay aún una tendencia al consumo de vino.
- Dentro de los gustos y preferencias de la población ocañera en cuanto al consumo de bebidas alcohólicas, existe una fuerte preferencia por la cerveza como una de las bebidas más comunes y una de las alternativas más inmediatas y asequibles. En este mismo sentido existe dentro de la población una marcada inclinación por el consumo de aguardiente, no obstante su consumo es en menor proporción con respecto a la cerveza, debido al factor precio, pues este es más costoso.

➤ Con respecto al poder adquisitivo de la población ocañera y en base a los resultados obtenidos, se logra determinar que más de la mitad de los ingresos de los ciudadanos están por debajo del salario mínimo; esto se da por los altos índices de informalidad en materia laboral que existe en la ciudad, predominando el subempleo por encima del empleo formal, sin embargo un importante número de habitantes devengan entre uno y dos salarios mínimos lo que permite una relativa estabilidad adquisitiva.



➤ En cuanto a los principales oferentes presentes actualmente en el mercado vitícola de la ciudad de Ocaña, se identificaron que las marcas más reconocidas y consumidas por la población son: Cariñoso, Sansón, Manishewitz y Casillero del Diablo.



¡Construyendo Proyectos de Vida!

- De esta forma y tomando un contexto general, fundamentándolo en los resultados anteriores cabe destacar la gran importancia que la población alude a la creación de una empresa productora y comercializadora de vino de frutas en la ciudad de Ocaña, debido a que con esto se impulsará la economía local y regional; por lo anterior se deduce que el grado de aceptación respecto a dicha creación es satisfactoriamente positivo, determinado por la población objeto de estudio.

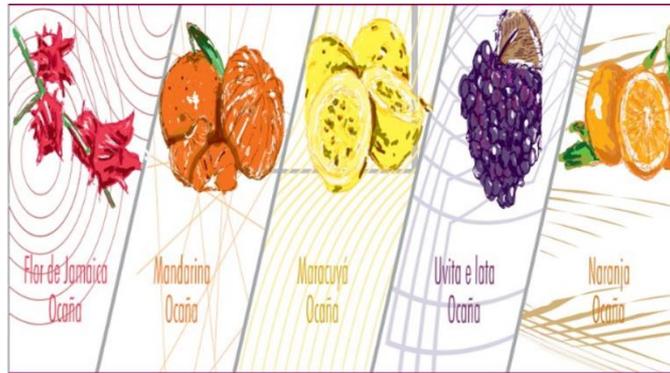


Evidencias



¡Construyendo Proyectos de Vida!

Evidencias



Vinos
EL RINCÓN
2008
"Un vino diferente, una nueva Experiencia"

Flor de Jamaica Ocaña Mandarina Ocaña Maracuyá Ocaña Uvita e Iota Ocaña Naranja Ocaña

316 445 57 45 - 315 408 8141
vinoselrincon@gmail.com



"Un mal capítulo no es el fin de la
historia."

GRACIAS



¡Construyendo Proyectos de Vida!