

## **Propuesta de una estrategia de mercadotecnia para una pequeña vitivinícola localizada en Ensenada, Baja California, México. <sup>ξ</sup>**

*Lino Meraz Ruiz* \*

Directora de Tesis: Elsa Rebeca Mungaray Lagarda

El objetivo general de esta tesis fue diseñar una estrategia de mercadotecnia para una pequeña empresa vitivinícola localizada en Ensenada, Baja California, México, siendo de tipo descriptivo-exploratorio con un modelo mixto. El proceso para la elaboración de la estrategia estuvo respaldada en el método FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), tomando como base una pequeña empresa llamada Vinarte, surgida en 2005 tras la asociación de cuatro empresarios. La recolección de los datos se hizo con la aplicación de un cuestionario estructurado y dos encuestas, el primero dirigido a los empresarios y el segundo a los consumidores de vino. El análisis de estos datos se efectuó a través de pruebas estadísticas y análisis de frecuencias utilizando el software SPSS versión 20.0. Los resultados de la investigación arrojaron nueve principales estrategias de marketing, tales como: (i) un plan de marketing, (ii) una filosofía empresarial, (iii) un plan estratégico publicitario, (iv) participación en eventos, (v) investigación de mercados, (vi) penetración de nuevos mercados, (vii) compra de tierras, (viii) creación de asociaciones, y (ix) fomento por el consumo de vino nacional. Concluyendo que el trabajo realizado constituye una importante aportación para el sector, especialmente cuando se requiere que este tipo de empresas deban detonar su nivel competitivo debido a que el mercado está en constante cambio.

Maestría en Administración.  
Universidad Autónoma de Baja California, México.  
Tesis defendida el 14 de enero de 2009.

---

<sup>ξ</sup> - Tribunal de Tesis Dra. Elsa Rebeca Mungaray Lagarda, Dra. Andrea Lyn Spears Kirkland y Dra. Sheila Delhumeau Rivera.

\* Correo Electrónico: lino.meraz@uabc.edu.mx