

ofertas y promociones. Además, se explorará la segmentación por ocasión, capturando eventos especiales como bodas y celebraciones.

Ofreceremos una amplia variedad de vinos adaptados a las preferencias de sabor de los consumidores, desde secos hasta dulces, tintos hasta blancos. La distribución será diversificada, cubriendo ventas directas en la bodega, presencia en tiendas minoristas, asociaciones con restaurantes y bares, y participación en plataformas de venta en línea. Finalmente, la segmentación por valor percibido nos permitirá abordar las necesidades de consumidores que buscan calidad Premium, así como aquellos que buscan opciones más asequibles. Este enfoque integral en la segmentación de mercado garantizará que las diversas demandas de los consumidores estén cubiertas y prosperar en un mercado competitivo.

4.1 JUSTIFICACION DE LOS CARGOS

Cada área y departamento desempeñará un papel fundamental en el éxito general de la empresa de vinos. La sinergia entre estas funciones nos garantiza una operación eficiente y la capacidad de adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado, promoviendo al mismo tiempo la marca y sus productos de manera efectiva. El reparto de cada una de las áreas se ha realizado de mutuo acuerdo según las experiencias generales de cada uno de los socios participantes. Dividiremos en los siguientes departamentos:

- Área de Dirección: Para establecer la visión y estrategia para la empresa, tomar decisiones clave para el desarrollo a largo plazo y supervisar la ejecución de los objetivos corporativos.
- Área de Finanzas: Gestionar el presupuesto y las finanzas, asegurando la salud financiera de la empresa, supervisar la contabilidad y evaluar las inversiones y riesgos.
- Área de Producción: Supervisar la producción de vinos desde la cosecha hasta el embotellado, garantizar la calidad del producto y gestionar eficientemente la cadena de suministro y la logística.
- Área de Relaciones Laborales y Recursos Humanos: Encargada de la contratación y gestión del personal, desarrollo de programas de capacitación, y resolución de conflictos y relaciones laborales para mantener un ambiente laboral positivo.

- Departamento de Marketing y Publicidad: Desarrollar estrategias de marketing para promocionar productos, gestionar campañas publicitarias y presencia en redes sociales, y analizar tendencias del mercado para adaptar las estrategias de promoción.