



## **Storytelling de vino Fiano para Bodega Caelum**

### **Integrantes**

Becerra, Leandro - 12608

Guinea, Lucas - 13202

Martin, Debora - 12973

Garcia, Ezequiel - 13239

### **Materia**

Comercialización - 2025



## **Empresa**

Bodega Caelum - RN7, M5507 Lujan de Cuyo, Mendoza.

Tutor: Jeremias Muñoz, guía y representante de la bodega.

Caelum es un proyecto familiar que nace en 2009. Después de más de diez años de dedicarse al trabajo de finca y a la producción de uvas de alta calidad, decidieron completar el ciclo de la vida con la elaboración de vinos.

## **Necesidad planteada por la empresa**

- A. Mejorar las ventas, el reconocimiento del vino Fiano dentro del mercado argentino y el posicionamiento de la Bodega como su principal vendedor.

## **Herramientas utilizadas:**

PESTEL, FODA.

## **Diagnóstico realizado**

### ***Análisis PESTEL***

#### **Político**

La industria vitivinícola cuenta con marco regulatorio claro y beneficios fiscales en algunas provincias, lo que brinda estabilidad. 30

Existen políticas públicas de fomento a la producción y comercialización del vino, como los programas del INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura) y apoyo a las bodegas boutique.

#### **Económico**

La alta inflación y la caída del poder adquisitivo afectan el consumo de bienes premium como los vinos de alta gama.

El vino argentino, aunque con gran prestigio, enfrenta una intensa competencia de precios en un mercado interno muy saturado.

#### **Social**

Crece el interés por vinos blancos y etiquetas no tradicionales, lo que puede beneficiar al Fiano, una cepa poco difundida en el país.

La cultura del vino está muy arraigada, y el consumidor argentino valora la calidad, el origen y las historias detrás de cada etiqueta.

#### **Tecnológico**

La vitivinicultura argentina ha avanzado en el uso de tecnología de precisión en viñedos y en bodegas, mejorando rendimientos y calidad.

El e-commerce y el marketing digital ofrecen oportunidades para llegar a consumidores más jóvenes y regionalmente dispersos.

#### **Ecológico**



El cambio climático representa una amenaza a la estabilidad del rendimiento vitivinícola en zonas como Mendoza. 31

La creciente conciencia ambiental empuja a los consumidores a preferir productos de producción sostenible, algo que Caelum promueve con prácticas responsables.

#### Legal

Existen normativas específicas para etiquetado, distribución y consumo de bebidas alcohólicas, lo que requiere atención constante para evitar sanciones.

Las regulaciones de exportación/importación y promoción también afectan estrategias comerciales, aunque en este caso nos enfocamos en el mercado nacional. En Argentina, la Ley 14878 regula la importación de vinos y prohíbe mezclarlos con los vinos nacionales.

#### ***Analisis FODA***

##### Fortalezas

La bodega tiene control total del proceso, desde el viñedo hasta la botella. Ofrece una variedad exclusiva para consumidores exploradores, con viñedos en Agrelo, zona de alto prestigio. Mantiene un enfoque boutique y un compromiso con prácticas responsables.

##### Oportunidades

La bodega se posiciona frente a una creciente demanda de vinos blancos y cepas alternativas. Se beneficia del auge del turismo enológico en Mendoza, la expansión de canales digitales para ventas y visibilidad, y la posibilidad de generar alianzas con la gastronomía premium e influencers sommeliers.

##### Debilidades

La cepa Fiano, aún poco conocida en Argentina, representa un desafío para su difusión, al igual que el reconocimiento de marca, hoy concentrado en nichos especializados. Además, la producción limitada por su escala artesanal puede restringir la capacidad de respuesta ante una demanda creciente.

##### Amenazas

La bodega enfrenta una alta competencia de variedades más populares como Chardonnay y Torrontés. La inflación y la inestabilidad económica también impactan en la demanda de vinos premium, mientras que los riesgos climáticos pueden comprometer la calidad y cantidad de la cosecha.

#### **Conclusiones del diagnóstico**

El análisis PESTEL y FODA revela un contexto desafiante pero con oportunidades concretas para la comercialización del vino Fiano. La tendencia hacia cepas alternativas, el auge del e-commerce y el turismo enológico abren espacio para propuestas diferenciadas como la nuestra. Las fortalezas en producción responsable y control integral se alinean con las nuevas demandas del consumidor. Sin embargo, la cepa poco conocida, el bajo reconocimiento de marca y la coyuntura económica imponen la necesidad de una estrategia de posicionamiento clara, apoyada en marketing digital, alianzas estratégicas y comunicación enfocada en la calidad, el origen y la historia del producto.



## **Intervención**

Para posicionar al vino Fiano en el mercado argentino, pensamos en una propuesta que combine dos cosas: por un lado, lo que se siente, la parte intangible y por otro, lo que se vive, la parte tangible

La primera parte, tiene que ver con contar una historia. No queríamos vender solo un vino, sino transmitir su esencia: el origen y la exclusividad.

### *Storytelling:*

“Hace siglos, en el sur de Italia, una mujer llamada Fiana creó un vino único, lleno de alma y sabiduría. Lo llamó Fiano, y guardó su receta con celo, sabiendo que solo debía ser compartida con quienes tuvieran algo especial: paciencia, respeto por la naturaleza y un corazón sincero. Al morir, los dioses la convirtieron en guardiana del vino perdido. Siglos después, en un rincón de Mendoza, Fiana encontró en Bodega Caelum lo que tanto buscaba. Vio amor por la tierra, paciencia, y respeto por lo invisible. Y reveló su receta con quienes estaban listos para honrar su legado. Fiano no es solo un tributo a la diosa que observa al mundo en busca de quienes merezcan su legado. Es una historia viva, que no solo se bebe... se siente y se escucha en cada copa.”

Por otro lado queremos que las personas se conecten emocionalmente con la marca y vivan una experiencia. Para llevar todo eso a la práctica, desarrollamos la parte tangible: un evento que llamamos “Fiano Bajo las Estrellas”. Una noche de degustación en los viñedos, con una ambientación especial, maridajes pensados para el vino, influencers invitados y una experiencia sensorial completa. Es una manera de transformar al Fiano en algo más que una etiqueta: en una historia y un momento para recordar.

La estrategia para posicionar al vino Fiano combina emoción y experiencia. A través del storytelling, se construye una identidad mítica y emocional que da sentido al vino más allá de su sabor. Con el evento propuesto, esa historia se transforma en vivencia, conectando al público con la marca de forma sensorial y memorable. Así, Fiano deja de ser solo un producto para convertirse en una experiencia que se siente, se recuerda y se comparte.

## **Bibliografía**

Se declara que tanto para la presentación como para este informe, se utilizaron inteligencias artificiales tales como:

- ChatGPT
- Deepseek
- Runaway(imágenes y videos)
- IA para generar voces.

También se utilizó información desde la página oficial de Bodegas Caelum: <https://bodegacaelum.com.ar/> e información proporcionada por el tutor asignado por la empresa.