

Finca Marticorena: cuando el sabor se convierte en marca, y la experiencia en estrategia

La tradición de una finca familiar que conquista al consumidor moderno desde el punto de venta hasta el corazón del mercado.



En un mercado donde la fidelidad del cliente se disputa segundo a segundo y donde la sobreoferta digital ha hecho más selectiva que nunca la atención del consumidor, **Finca Marticorena** de la mano de su propietario **José Luis Molina Marticorena**, emerge como un ejemplo potente de cómo una marca puede expandirse sin perder autenticidad. Su más reciente movimiento no es solo un paso comercial: es una jugada estratégica de *branding* y presencia en el canal físico, con una narrativa sólida y una puesta en escena que respira coherencia.

La alianza con **Distribuidora La Estrella**, ubicada estratégicamente en una zona de mayor tránsito de comercio sanjuanino, no solo amplía la disponibilidad de sus productos. La transforma en una marca vivencial, capaz de conectar desde lo sensorial y lo emocional en tiempo real.

Del B2C al B2B: cómo una marca artesanal se vuelve referente comercial

Finca Marticorena es una marca nacida en el entorno de Santa Lucía, pero con visión urbana y global. Sus licores, elaborados con recetas familiares, procesos

auditados y certificaciones sanitarias nacionales e internacionales, han encontrado eco tanto en el consumidor final (B2C) como en socios estratégicos y distribuidores (B2B) que buscan calidad, confianza y diferencial.

El crecimiento de la marca no ha sido casual: ha sido planificado desde la base. Con una propuesta de valor centrada en la inocuidad, la narrativa de origen y una estética cuidada, la empresa ha logrado trasladar su esencia artesanal a los espacios más exigentes del *retail* moderno.

El POP como punto de contacto emocional

Hoy, **Finca Marticorena** no solo se encuentra en góndola: se presenta en escenarios diseñados para potenciar su relato. Gracias a la colaboración con **Distribuidora La Estrella**, cada unidad es acompañada por un entorno visual coherente que refuerza los pilares de marca.

Material POP personalizado, señalética distintiva, degustaciones con guion emocional y vitrinas temáticas convierten cada espacio en una cápsula de *storytelling*. El cliente no solo compra: se involucra. Cada etiqueta, cada mensaje, cada textura está pensada para activar una conexión.

El resultado: mayor permanencia en la mente del consumidor, mejor conversión en el punto de venta y una fidelidad basada en experiencia, no solo en precio.

Un canal físico que potencia la experiencia digital

Aunque **Finca Marticorena** ha consolidado una presencia digital sólida, el canal físico se vuelve hoy su mejor aliado. En un entorno saturado de anuncios, el *retail* vuelve a ser clave, pero solo si se lo entiende como una extensión de la marca.

Distribuidora La Estrella, como aliada estratégica, proporciona ese contexto. Un mall con alto tráfico, disposición estratégica de productos, personal capacitado y una lógica de exhibición pensada en función del *customer journey*. Esto no es solo venta: es *marketing* experiencial aplicado al día a día.

Logística y visibilidad: las dos caras del éxito

Para **Finca Marticorena**, no alcanza con tener un gran producto. La confianza se construye también en el cómo y el cuándo se entrega. En ese sentido, La Estrella aporta una distribución eficiente, con reposición constante y trazabilidad garantizada, lo que permite mantener la promesa de marca: producto siempre fresco, bien conservado y al alcance del cliente que lo busca.

Esta combinación de experiencia visual + cumplimiento logístico es una fórmula ganadora para marcas con propósito y estándares altos.

Una marca que evoluciona sin perder su alma

Finca Marticorena no ha necesitado dejar atrás su esencia para crecer. Todo lo contrario: la ha usado como combustible para diferenciarse. Su incorporación a canales *premium* de distribución no ha diluido su identidad, la ha reforzado. Porque hoy más que nunca, las marcas auténticas son las que logran destacar.

Y eso se nota: en la forma en que el consumidor elige, en cómo recuerda, y en cómo vuelve.

Lo que viene: expansión con propósito

El futuro de **Finca Marticorena** se construye con decisiones como esta. Con alianzas estratégicas que respetan y amplifican el ADN de marca. Con espacios físicos que no solo venden, sino que cuentan historias. Y con un producto que sigue siendo la mejor carta de presentación: sabroso, seguro y con valores que trascienden la etiqueta.

Finca Marticorena no solo está en más lugares. Está mejor posicionada, más fuerte y más cerca de quienes la eligen. Porque cuando el producto tiene alma, el marketing solo tiene que saber escucharla y amplificarla.