

The image features a vertical banner on the left side with a background of wine grapes. The grapes are in shades of red and purple, with a warm, golden light illuminating them from the right. The banner has a dark red vertical bar on the far left. The logo 'WINEBS' is prominently displayed in white, bold, uppercase letters. Below it, the text 'THE WINE BUSINESS SCHOOL' is written in a smaller, white, uppercase font. At the bottom of the banner, the word 'WINEBS' is repeated in a large, semi-transparent, grey font.

WINEBS

THE WINE BUSINESS
SCHOOL

Internacionalización&Retail en el sector vitivinícola

Claves para el éxito de
las empresas del sector

Internacionalización & Retail en el sector vitivinícola

Claves para el éxito de
las empresas del sector



Impartición a cargo
de docentes de

eada[®]
business school
barcelona

Área de conocimiento

Comercial y Marketing

Presentación

Cada vez más, la presencia internacional de una empresa (por implantación directa o exportación) supone su opción estratégica.

Las condiciones adversas propiciadas por la crisis financiera en un mercado doméstico saturado o decreciente, la intensa competencia en el mercado nacional y la promesa de nuevos mercados emergentes, la abolición de las fronteras de cada país, los cambios en el mapa mundial/zona euro... son algunos hechos que pueden llevar a una empresa a decidir participar en operaciones internacionales.

Estas son, sin embargo, actividades complejas, ya que requieren una amplia experiencia práctica, además de una sólida base teórica y técnica. Es por tanto realmente importante que todos los directivos de ventas de una compañía estén familiarizados con la teoría, la estrategia y los resortes técnicos relacionados con la internacionalización.

El programa ofrece a sus participantes una visión general de los aspectos más importantes del proceso de internacionalización en empresas del sector vinícola, prestando atención al retail, sus distintos canales y características propias del sector, así como al proceso exportador.

Objetivos y competencias a desarrollar

Revisar las macrotendencias y en particular las tendencias en el mundo del *retail* de cara a los retos de las empresas participantes del curso.

Analizar el rol protagonista hoy del consumidor a la luz de dichas tendencias, así como la importancia estratégica del ADN de una marca 100% experiencial.

Motivar conexiones y aprendizajes de los casos de empresas y marcas del sector y afines.

Aportar las herramientas básicas del *retail* para la creación, desarrollo y gestión eficaz de canales de venta tanto *on* como *off-line* (propios, franquiciados o redes de gentes, distribuidores, concesionarios o licenciatarios de marca) tanto en el mercado nacional como internacional.

Entender el alcance de la globalización y cómo afecta ésta al sector del *retail*, y conocer las herramientas necesarias para evaluar la necesidad de internacionalización. Opciones, riesgos y necesidad de prepararse.

Analizar e identificar las oportunidades de desarrollo de negocio que nos ofrecen los mercados con mayor potencial de crecimiento.

Transmitir los elementos centrales a los asistentes para que puedan formular y diseñar una estrategia de internacionalización adecuada a su empresa.

Conocer los elementos centrales del proceso exportador para el mundo del vino (acuerdos comerciales, normativa y estructura arancelaria, proceso exportador...)

Estructura del Programa. 41 horas

**Estrategia.
Consumidor.
Branding.**

**Retail
Management.**

**Internaciona-
lización.**

**Proceso
exportador.**

**PLAN DE MÁRketing INTERNACIONAL
CASOS DE ÉXITO - MESA REDONDA**

Dirigido a

Propietarios y directivos de empresas familiares y/o PYMES/microPYMES del sector vinícola que estén, o con vocación de estar, en procesos de internacionalización o en proceso de aceleración de su presencia en mercados emergentes y/o con gran potencial de crecimiento.

Directivos de áreas relacionadas con las operaciones internacionales de su empresa: gerentes y propietarios, directores de Internacionalización, *area managers*, *business development managers*, responsables de exportación.

Metodología

Eminentemente práctica, activa y participativa (*learning by doing*), que permitirá profundizar y poner en práctica conocimientos y capacidad de análisis, así como desarrollar competencias clave en cuanto a la toma de decisiones críticas en los procesos de internacionalización.

Plan de estudios

Dirección académica:
Paula Andrea TRUJILLO

41 horas

Profesorado

Área, fechas y profesorado

Contenidos específicos



Paula Andrea TRUJILLO



Sashka KRTOLICA



Francesc SOLA

Estrategia. Consumidor. Branding.

20 de febrero de 2015

Profesora Paula Andrea TRUJILLO

- Macrotendencias, tendencias en *retail* y para el mundo del vino.
- *Lo premium*.
- El consumidor *premium* en el mundo.
- ADN de marcas 100% experienciales y con vocación internacional (*branding*).

Panel de discusión con invitados: “*Branding*”
Cena con invitado relevante del sector.

Master en Relaciones Internacionales y Geopolítica por el Instituto de Estudios Políticos (Francia) y Staffordshire University (Inglaterra) y Master en Historia y Cultura (con tesis sobresaliente sobre gastronomía, competitividad y desarrollo territorial, incluyendo al sector vitivinícola) por la Universidad de Bolonia, U. de Bruselas, U. de Barcelona y la U. de Tours. Especialista en internacionalización y retail con énfasis en marcas *premium* (particularmente moda, arte y gastronomía). Ha trabajado con marcas o en proyectos como los siguientes: Castañer, Sita Murt, Janira, Mundo Único, Inexmoda, Proexport, ACI Colombia, DUOC Chile, Ferran Adrià y elBulliFoundation, entre otros.

Es docente asociada de EADA-España así como de otras reconocidas universidades en América Latina. Es Consejera (Junta Directiva) de algunas empresas; así como consultora, ponente y escritora-analista en algunos medios de comunicación.

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universitat Autònoma de Barcelona. Cuenta con una sólida experiencia en el sector *retail* y consultora para prestigiosas marcas como CINESA, MOOM, TMB, MEDIAMARKT, ONO, COHIBA y BERTRAND entre otras. En el año 2009 emprende con su propia marca RetailAWANZO a través de la que asesora y divulga las prácticas del comercio inteligente, rentable y orientado al cliente.

Co-fundadora de la delegación española del RetailDesignInstitute y miembro del Centro de Retail Management de EADA, así como profesora de esta materia en distintos programas de EADA.

Intensa actividad profesional en el campo de la exportación en distintas empresas (GROUP MACH, PUIIG CODINA S.A., GRUPO TORRES PRADAS) como *Export Area Manager*, trabajando en distintos mercados internacionales en estrecha colaboración con los clientes (estudios de mercado, plan de marketing internacional...)

Formado y experto normativo, operativa y documentación del proceso exportador, cuenta con otras áreas de experiencia como el aprovisionamiento y compras, marketing, o financiación para la exportación.

Asesor homologado del ICEX y de ACCIO (desde donde pilota diversos procesos de internacionalización de PYMES) y compatibiliza su actividad profesional con la asesoría así como la docencia en tanto que profesor asociado en el programa de Dirección de Negocio Internacional en EADA, entre otras instituciones.

Retail Management.

21, 27 y 28 de febrero de 2015

Profesora Sashka KRTOLICA

- *Go to Market*.
- *Shopper Marketing*.
- La estrategia *retail* (se incluye tanto la relación fabricante-*retailer*, como la multicanalidad).
- Diseño de la gestión de la experiencia y del negocio *retail*.

Aportaciones prácticas por parte de invitados.

Internacionalización.

6, 7 y 13 de marzo de 2015

Profesora Paula Andrea TRUJILLO

- La globalización en el *retail*.
- Ya todos jugamos de GLOCALES.
- Factores claves del proceso de internacionalización.
- Riesgos de la internacionalización.
- Diagnóstico de la internacionalización.
- Mercados internacionales con potencial para la expansión.
- Bases de una Estrategia de internacionalización.

Panel de discusión con invitados: “Internacionalización”
Cena con invitado relevante del sector.

Proceso exportador.

14 de marzo de 2015

Profesor Francesc SOLA

- Marco regulatorio y acuerdos comerciales para exportar desde España.
- Normativa (incluye etiquetado y demás fitosanitarias propias del sector) y estructura arancelaria.
- Proceso exportador: planificación, formas de venta, cobros y logística.
- Institucionalidad aliada en éste.

Aportaciones prácticas por parte de invitados.

Los días **20/21, 27/28** de febrero, **06/07** y **13/14** de marzo de 2015

Viernes de **16 a 20.30h** y sábados de **9 a 14h**

Los días con panel y cena, el horario previsto será hasta las 23h

Internacionalización & Retail en el sector vitivinícola

Claves para el éxito de
las empresas del sector



WINEBS
THE WINE
BUSINESS
SCHOOL

Lugar

Wine Business School

Sede Central

Calle Amàlia Soler, 29 - 08720 Vilafranca del Penedès

Actividades complementarias incluidas

El programa incluye la presentación de casos de éxito, mesas redondas y/o visitas a empresas a detallar próximamente.

El programa incluye dos cenas con invitados relevantes del sector.

Requisitos de acceso

Entrevista previa por parte de la dirección académica, en el momento de la inscripción.

Titulación

Todos los participantes recibirán un diploma acreditativo del correcto seguimiento del curso, conforme a una asistencia garantizada al 85% de las sesiones.

Networking

Los participantes del programa podrán acceder al Wine School Club de forma gratuita. El club ofrece la posibilidad a todos sus miembros de mantener el contacto profesional más allá de la formación y favorecer el intercambio y la generación de iniciativas de negocio dentro de su colectivo.

Precio 2.400 euros

Precio final 1.500 euros (becado por la Wine School Fundation)

Información info@thewinebs.com

T 931 694 102 | 628 264 521

www.thewinebs.com