

## **PROGRAMA AVANZADO:**

### **DIRECCIÓN DE EMPRESAS VITIVINÍCOLAS**

#### **ESPAÑA EN EL MUNDO DEL VINO: CÓMO OPTIMIZAR NUESTRO POTENCIAL A NIVEL INTERNACIONAL**

---

**21, 22, 28, 29 de Enero y 4 y 5 de Febrero de 2010**

#### **OBJETIVOS**

En un mundo cada vez más competitivo y en un sector de gran importancia en la economía española, como es el vitivinícola, este programa tiene como finalidad ofrecer una visión global de la mejor manera de gestionar un negocio vitivinícola y qué aspectos se deben tener en cuenta para alcanzar el éxito tanto en mercados nacionales como internacionales.

Con un enfoque muy pragmático, se pretende mostrar la mejor manera de abordar todos los temas relacionados con la gestión de las bodegas, no solo como herramienta imprescindible de producción del vino, sino como empresa que tiene una imagen de marca y unos objetivos concretos de comunicación y comercialización de sus productos.

El buen manejo de las diferentes herramientas de gestión es precisamente el factor diferencial para alcanzar el éxito, por ello, la principal meta del programa será:

- Conocer las bodegas desde el punto de vista del marketing, la comunicación y la comercialización
- Estudiar cómo debe trabajar cada bodega para producir el vino que ha decidido obtener Conocer la importancia de la investigación comercial y los análisis de mercado en la toma de decisiones empresariales y de marketing
- Profundizar en el conocimiento de las características del consumidor nacional e internacional del vino
- Ahondar en la planificación y la mejor manera de enfrentarse a los mercados internacionales
- Conocer cuáles son las claves para negociar en mercados internacionales y cómo utilizar Internet como herramienta de información para exportar vino
- Conocer las diferencias entre la distribución del vino en España y en otros mercados internacionales
- Ahondar en el análisis de costes, cuadros de mandos, tarifas y precios
- Analizar la cobertura de riesgos, los elementos de financiación y las herramientas de cobro
- Profundizar en las peculiaridades legales y las restricciones al desarrollo del sector
- Conocer los sistemas de gestión de Recursos Humanos adecuados y los perfiles del sector

#### **A QUIÉN VA DIRIGIDO**

Este programa está diseñado especialmente para directivos del sector cuya experiencia es más técnica que comercial, por lo que su participación en el mismo les ayudará a conocer y profundizar en las variables que influyen en el correcto entendimiento de los consumidores y los mercados a los que dirigirse a la hora de comercializar sus productos. En este sentido el perfil del participante incluye:

- Gerentes de bodegas con responsabilidades de gestión.
- Directivos de divisiones y filiales con responsabilidades gerenciales.
- Ejecutivos de áreas funcionales ajenas al marketing o la comercialización.
- Ejecutivos de áreas del marketing y la comercialización que necesitan tener una visión más global de lo que es el negocio vitivinícola.
- Dueños de empresas vitivinícolas de reciente creación que están en fase de expansión internacional.

**Se dirige también a Directores Generales** que deseen profundizar o consolidar sus conocimientos globales del negocio, lo que les permitirá llevar una mejor supervisión de los objetivos del mismo y de la política de comercialización de su compañía.

## PROGRAMA

Jueves, 21 de enero, 2010

### **08.30 h. Acreditación y recogida de documentación**

*Coordinadores del curso:*

**D. Enrique Valero**, General Manager, **ABADÍA RETUERTA**  
**D. Rafael Masoliver**, Consejero Delegado, **SWD Wines**

**08.50 a 09.00 h.** *Inauguración del programa*

**09.00 a 10.30 h.** **INTRODUCCIÓN AL VINO EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO**

- Visión general del sector español. Estructura y balance vitivinícola
- Análisis de los principales mercados - interior y exportación - y competidores

**D. Rafael del Rey**, Director General. **OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO**

**10.30 a 12.00 h.** **LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA ESPAÑOL. EL APOYO DEL ICEX**

**Dña. Rosa Angulo**, Jefa del Departamento de Vinos, **ICEX**

**12.00 a 12.30 h.** *Café*

**12.30 a 14.00 h.** **LOS VINOS DE PAGO EN EL MERCADO GLOBAL**

- ¿Qué son? ¿Cómo nos diferencian y ayudan a posicionar los grandes vinos españoles?
- Ventajas al competir en mercados internacionales

**D. Carlos Falcó**, **MARQUÉS DE GRIÑÓN**. **Presidente de Pagos de Familia Marqués de Griñón. Presidente de la Asociación Grandes Pagos de España.**

**14.00 a 15.30 h.** *Finger Buffet*

**15.30 a 17.00 h.** **LA PLANIFICACIÓN Y CÓMO ENFRENTARSE A LOS MERCADOS INTERNACIONALES**

- Valoración de importadores. Análisis del mercado y fuentes de información

**D. Enrique Valero**, General Manager, **ABADÍA RETUERTA**

**17.00 a 19.00 h.** **EL PROCESO DE FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

**Dña. Charo Silva**, Profesora de Estrategia, **IE BUSINESS SCHOOL**

**Viernes, 22 de enero, 2010**

**09.00 a 10.30 h. ANÁLISIS DE COSTES EN LA DEFINICIÓN DE PRODUCTO, CUADROS DE MANDO, ESTRUCTURA Y CREACIÓN DE TARIFAS Y PRECIOS.**

- Planificación financiera. Ciclos económicos de la bodega. Gestión de recursos.
- Impacto en los distintos mercados.

**D. Rafael Masoliver**, Consejero Delegado, **SWD Wines**

**10.30 a 12.00 h. LA BODEGA, DEFINICIÓN Y PLANTEAMIENTO**

La bodega, además de ser la herramienta imprescindible de producción, es imagen de marca y lugar de encuentro para venta y comunicación. Por tanto, desarrollaremos el circuito óptimo de trabajo, el circuito de visita, y su localización y presencia como imagen de producto.

**D. Ignacio de Miguel**, Enólogo

**12.00 a 12.30 h. *Café***

**12.30 a 14.00 h. LA VIÑA O EL ORIGEN DEL VINO: DISEÑO EN FUNCION DEL PRODUCTO FINAL**

Estudiaremos la localización, trabajos previos, determinación de varietal, clon y patrón, implantación, estructura, manejo y vendimia en función del vino que se quiere obtener.

**D. Ignacio de Miguel**, Enólogo

**14.00 a 15.30 h. *Finger Buffet***

**15.30 a 17.00 h. LA COMUNICACIÓN Y EL PAPEL DE LOS GRUPOS EDITORIALES Y LAS GUÍAS**

**D. Javier Moreno**, Director General, **GRUPO PEÑIN**

**17.00 a 19.00 h. CLAVES PARA NEGOCIAR EN MERCADOS INTERNACIONALES**

**D. Olegario Llamazares**. Director, **GLOBAL MARKETING STRATEGIES**

**Jueves, 28 de enero, 2010**

**09.00 a 10.30 h. LÍNEAS GENERALES DE UNA ESTRATEGIA PARA EL MUNDO DEL VINO Y DIFICULTADES LEGALES PARA SEGUIRLA**

Analizaremos los criterios fundamentales para enfrentar el sector del vino con éxito.

**D. Rafael del Rey**. Director General. **OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO**

- 10.30 a 12.00 h.**      **LA MARCA COMO ELEMENTO DE DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA**
- La Industria del Valor
  - La escalera: Segmentación-Posicionamiento-Branding
  - La ecuación de Valor de la Marca, la Arquitectura de Marca: Conexión Emocional vs Conexión funcional y estrategias tipo en política de Marca
- D. Fernando Sánchez Suárez**, Profesor de Marketing y Director del Centro Innova Producción-Distribución, **IE BUSINESS SCHOOL**
- 12.00 a 12.30 h.**      *Café*
- 12.30 a 14.00 h.**      **EI PLAN DE MARKETING. GUÍA BÁSICA PARA SU DESARROLLO**
- D. Enrique Valero**, General Manager, **ABADÍA RETUERTA**
- 14.00 a 15.30 h.**      *Finger buffet*
- 15.30 a 18.00 hr.**      **ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR DEL VINO**
- Trabajo en equipo y discusión en clase
- Dña. Charo Silva**, Profesora de Estrategia, **IE BUSINESS SCHOOL**
- 18.00 a 19.00**      **BLOGGING Y SOCIAL MEDIA EN EL MUNDO DEL VINO**
- Mr. Ryan Opaz**, Fundador, **CATAVINO.NET**
- Viernes, 29 de enero, 2010**
- 9.00 a 10.30 h.**      **CLUBES DE VINOS Y FERIAS GASTRONÓMICAS. PUNTO DE ENCUENTRO DE NEGOCIOS**
- D. Francisco L. López-Bago**, Director General, **GRUPO GOURMET**
- 10.30 a 12.00 h.**      **ANÁLISIS DE COSTES EN LA DEFINICIÓN DE PRODUCTO, CUADROS DE MANDO, ESTRUCTURA Y CREACIÓN DE TARIFAS Y PRECIOS ( y II).**
- D. Rafael Masoliver**, Consejero Delegado, **SWD Wines**
- 12.00 a 12.30 h.**      *Café*
- 12.30 a 14.00 h.**      **COBERTURA DE RIESGOS, ELEMENTOS DE FINANCIACIÓN, HERRAMIENTAS DE COBRO Y GESTIÓN DE LA TESORERÍA**
- D.Rafael Masoliver**. Consejero Delegado, **SWD Wines**
- 14.00 a 15.30 h.**      *Finger buffet*
- 15.30 a 17.00 h.**      **LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES Y DE MARKETING EN EL MERCADO DEL VINO**
- D. Alfonso de Lorenzo**. Director, **INSIGHT & RESEARCH**

17.00 a 19.00

**EL GENOMA DEL CONSUMIDOR DE VINO ESPAÑOL**

**D. Asis, González de Castejón**, Manager del Departamento de Consumer Research, **NIELSEN**

**Jueves, 4 de febrero, 2010**

09.00 a 10.30 hr.

**LA GRAN DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO DEL VINO**

- El papel de la marca propia
- Nuevos roles del vino en la distribución moderna

**D. Antonio Javier Sánchez**, Jefe de Producto Categoría Vinos, **CARREFOUR**

10.30 a 12.00 hr.

**LA COMUNICACIÓN DEL VINO Y LA QUE SE UTILIZA EN OTROS SECTORES: ELEMENTOS QUE LAS DIFERENCIAN**

**D. Jordi Alavedra**, Vicepresidente, **GRUPO BASSAT**

12.00 a 12.30 h.

*Café*

12.30 a 14.00 h.

**REINO UNIDO. VISIÓN GLOBAL DE UN MERCADO CLAVE PARA EL VINO ESPAÑOL**

**D<sup>a</sup> Charlotte Hey**. Editora, **DRINKS BUSINESS**

14.00 a 15.30 h.

*Finger buffet*

15.30 a 18.00 h.

**EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA EN LA PRÁCTICA. ANÁLISIS DEL CASO “COMERCIALIZACIÓN DEL CHÂTEAU MARGAUX”**

**Dña. Charo Silva**, Profesora de Estrategia, **IE BUSINESS SCHOOL**

**Viernes, 5 de febrero, 2009**

09.00 a 10.30 h.

**LA DISTRIBUCIÓN DEL VINO EN TIENDAS ESPECIALIZADAS**

- Mi vino es bueno, ¿se venderá “sólo”?
- ¿Distribución Propia, Ajena, o ambas? ¿Verticalizar?
- Claves de la “Distribución Ideal” para posicionar mejor nuestro producto
- **Crea Valor** a través de tu distribución
- Estrategias para la creación de la “Tienda Modelo”

**D. Saúl Mallois**, Director Área de Negocio de Empresas, **LAVINIA ESPAÑA SELECCIÓN**

10.30 a 12.00 h.

**VINOTECAS: UN CANAL EMERGENTE PARA LA VENTA DE VINO EN ESPAÑA**

**D. Asis, González de Castejón**, Manager del Departamento de Consumer Research, **NIELSEN**

12.00 a 12.30 h.

*Café*

**12.30 a 14.00 h. ENOTURISMO EN ESPAÑA Y EN OTROS MERCADOS: ¿MODA U OTRA FORMA DE HACER NEGOCIO CON EL VINO?**

- Claves del enoturismo. Ejemplos

**D. Enrique Valero**, General Manager, **ABADÍA RETUERTA**

**14.00 h.** *Clausura del curso y entrega de diplomas*

## PONENTES

**ALAVEDRA, Jordi**

Licenciado en Ciencias Empresariales. MBA por ESADE. En 1979 es Adjunto al Director Comercial en JACSA. En 1981 Adjunto a Gerencia en UNILEC, S.A. Desde 1985 ocupa distintos cargos en la Agencia de Publicidad BASSAT OGILVY, donde es nombrado Vicepresidente en 2005.

**ANGULO, Rosa**

Licenciada en Historia Contemporánea por la UCM. Diplomada en Desarrollo por la CEPAL. Técnico de Comercio Exterior, Escuela de Economía de Madrid. Se incorporó al ICEX desde sus inicios. Desde 1996 trabaja en el Dpto. de Vinos, siendo nombrada Jefa del mismo en 2004.

**DE LORENZO, Alfonso**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Profesor del Master de Marketing en el Instituto de Postgrado de ICADE. Ha sido responsable de investigación de mercados en aceites Carbonell, Grupo Koipe, Grupo SOS Cuétara y González Byass. En la actualidad, es Socio Director de Insight & Research, S.L.

**DE MIGUEL, Ignacio**

Estudió Enología en la Escuela de la Vid de Madrid. Trabajó en prácticas en bodega en Burdeos y comenzó su carrera profesional en la bodega de Malpica de Tajo con el Marques de Griñón. Desde el año 1995 trabaja en su propia empresa como es enólogo independiente.

**DEL REY, Rafael**

Licenciado en CC.PP. y Sociología. Master en Economía Internacional por la Johns Hopkins University. Trabajó en el grupo BEX y en el grupo Transáfrica. Dirigió durante seis años la Agrupación ARBOR. Ha sido asesor de varias asociaciones de vinos de prestigio. En 2001 es Secretario General Adjunto de la FEV, en 2003 es su Director General, hasta la actualidad en que es Director General del Observatorio Español del Mercado del Vino.

**FALCÓ Y FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA, Carlos (Marqués de Griñón)**

Ingeniero Agrónomo, por la Universidad de Lovaina. Graduado por la Universidad de California. Es *Presidente de Pagos de Familia Marqués de Griñón, S.A.*, Consejero de la Corporación de Caja Castilla La Mancha; *Presidente de Grandes Pagos de España*, Vicepresidente de la *Academia Española de Gastronomía* y Presidente de la *Academia Castellano-Manchega de Gastronomía*.

### GONZÁLEZ DE CASTEJÓN, Asís

Licenciado en Derecho por la UAM. Programa Integral de Desarrollo Directivo por ESIC. Desde 1992 trabaja en Nielsen, primero como Ejecutivo y Analista de Mercados de Gran Consumo y Duraderos. Desde el año

2000 y en la actualidad es Manager de la División del Departamento de Consumer Research. Ha sido profesor de Investigación de Mercados en el MBA de la Universidad de Alcalá de Henares (2003-2005).

### HEY, Charlotte

En 1995 comenzó a trabajar en Vinos de España. En 1999 se incorporó al equipo editorial de Harpers, desde 2000 a 2002 es Publishing Director de Harpers y Executive Director de "The International Wine & Spirit Competition". En 2002, lanzó la revista B2B "The Drinks Business". En 2006 fundó *Drinks Insight*. Actualmente es la editora de The Drinks Business.

### LÓPEZ-BAGO, Francisco L.

Es MBA Executive por IEDE. Ha realizado estudios en el Conseil Interprofessionnel de Vins de Bordeaux. Durante siete años he dirigido la Guía de Vinos Gourmets y la Guía Gourmetour, así como el Club de Vinos Gourmets y La Alecena del Club de Vinos Gourmets. Desde 2005 es Director General del Grupo Gourmets.

### LLAMAZARES, Olegario

Licenciado en CC.EE.EE.. Diplomado en International Business. Técnico de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid. Cuenta con una experiencia profesional en el ámbito de los negocios internacionales de más de 25 años. Es autor de los libros Marketing Internacional y Cómo negociar con éxito en 50 países. Actualmente es Director de Global Marketing Strategies.

### MALLOLS, Saúl

P.S. de Dirección Estratégica de Empresas del Universo del lujo" por IE Business School. MBA por IDE CESEM. Diplomado en Turismo y Técnico en Empresas y Actividades Turísticas por la E.S. de Hostelería y Turismo de Madrid. Ha trabajado en la Dirección de Marketing y Ventas en diferentes cadenas hoteleras incorporándose en 2006 a Lavinia España Selección, como Director de Marketing y Ventas, siendo actualmente su Director de Área de Negocio de Empresas.

### MASOLIVER, Rafael

Licenciado en CC.EE.EE.. Master en Dirección Financiera y Control por el IE. Master en Internacionalización de Empresas, CECO. Controllor en Retailgas S.A.; Controllor Financiero en el Grupo Bertrand Faure y en el Grupo Valeo. En el año 2000 es nombrado Responsable de Planificación Financiera del Grupo Arco Bodegas Unidas y, posteriormente, Director Financiero. Actualmente es Consejero Delgado de SWD Wines Group.

### MORENO, Javier

Executive MBA por IE BUSINESS SCHOOL. Entre 2002 y 2007 fue Country Manager en Pago Ibérica de Bebidas, parte del grupo Heineken desde el año 2005. Conocedor del mundo de la distribución y del mercado de gran consumo, entra en 2008 en el Grupo Peñín como Director General, liderando el proyecto de internacionalización de la empresa.

### OPAZ, Ryan

Mientras que Ryan se ha dedicado al negocio del vino durante más de una década, los últimos cinco años se ha dedicado principalmente a educar a los consumidores sobre los vinos españoles y portugueses a través de Catavino.net. Hoy en día, además de trabajar en el desarrollo de páginas Web y como asesor, Ryan da charlas sobre las redes sociales y el blogging por todo el mundo y ha participado en eventos tal y como LIWF, EWBC Wine Future, Wine Pleasures y Boutique Wineries.

### SÁNCHEZ, Antonio Javier

Comenzó su carrera profesional en Carrefour Zahira, en 1992. En 1995 es Responsable de la Sección de Líquidos en Carrefour Almería, pasando al puesto de Jefe de Producto de Marca Propia Líquidos de la central de Carrefour en 1997. En 2000 es nombrado Jefe de Producto de Categoría de Vinos de Carrefour.

### SÁNCHEZ SUÁREZ, Fernando

Estudió Ingeniero Agrónomo, especializándose en Economía y Comercialización, UPM. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Estudios de postgrado de Marketing y Management, IE Business School y UP; USA: Florida Atlantic University y UK: London Business School.

Ha desarrollado una dilatada carrera profesional en diferentes posiciones de marketing, hasta ocupar responsabilidades de alta dirección, en compañías nacionales y multinacionales. Antes de incorporarse full-time al IE, era Consejero-Director General del Grupo agroalimentario multinacional francés RCL, para España, Portugal y Norte de África. Actualmente es Subdirector General, dentro de la División de Executive Education y Profesor de Marketing de IE Business School.

### SILVA, Charo

Licenciada en CC.EE. por la Universidad de Navarra, MBA por el IE, y Diploma de Estudios Avanzados por la Universidad Carlos III. Es Profesora de Dirección Estratégica del IE Business School desde el año 1999. Autora de varios casos sobre empresas españolas, Destacan entre sus últimos trabajos dos estudios sobre el sector vitivinícola nacional e internacional y sobre la estrategia de una bodega española.

### VALERO, Enrique

Licenciado en Derecho. MBA por el IE. Ha desarrollado su carrera profesional en empresas de bebidas alcohólicas y vinos. Comenzó en el grupo Diageo (Reino Unido y España), trabajando con distintas marcas de prestigio. Fue Director de Marketing y Comunicación de Arco Bodegas Unidas y Director General de United Wineries International. Ha sido Director de Marketing Corporativo del Grupo González Byass hasta el año 2009 en el que se incorpora a Abadía Retuerta como General Manager.

## INFORMACIÓN GENERAL

---

### **Fechas y Lugar de Realización**

El programa se desarrollará los días 21, 22, 28, 29 de Enero y 4 y 5 de Febrero de 2010 en las instalaciones de IE BUSINESS SCHOOL en Madrid, según el horario que figura en el programa.

### **Documentación**

Todos los asistentes recibirán el material didáctico que se utilice a lo largo del programa, que servirá de consulta y de apoyo a las explicaciones de los profesores.

### **Derechos de Inscripción**

El precio total del programa será de 2.950 euros, incluyendo las sesiones y su correspondiente documentación. Los Antiguos Alumnos de Programas Máster del IE Business School tendrán una bonificación del 10% y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IE Business School del 30%. Podrá beneficiarse de una bonificación del 5% de la cuota si realiza la inscripción y hace efectivo el pago 4 semanas antes de iniciarse el curso.

### **Cancelaciones**

En caso de no poder asistir al programa, una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior del inicio del programa.

### **Formalización de la Matrícula**

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono: llamando a los números 902 30 21 30 / 91 568 9712
- Por fax: enviando el boletín de inscripción adjunto al número 91- 561.77.68
- Por correo electrónico: enviando sus datos a: [inscripciones@ie.edu](mailto:inscripciones@ie.edu)
- A través de nuestro boletín de inscripción on-line, disponible en nuestra web: <http://www.execed.ie.edu>

### **Certificado**

Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el seminario.

### **Alojamiento**

Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, el IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

### **División de proyectos In-Company**

El Colegio de Información y Tecnologías a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto a nivel nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa. Pueden ampliar esta información en los teléfonos: 91 568.96.67

### **Inscripciones e información**

IE BUSINESS SCHOOL  
María de Molina, 27- 28006 Madrid  
Tel.: 902-30.21.30  
Fax: 91-563.26.32  
e-mail: [Raquel.Gutierrez@ie.edu](mailto:Raquel.Gutierrez@ie.edu)  
<http://www.execed.ie.edu>