



**Universidad
Europea**

UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA

TFG FP SUP. COMERCIO INTERNACIONAL



**TRABAJO FINAL SOBRE LAS PRÁCTICAS REALIZADAS EN LAS
BODEGAS ARRÁEZ**

Tutora

Isabel Vila

Alumna

Valeria Jureviciute

Grado

Comercio Internacional

Responsable en la empresa

Toni Arráez

RESUMEN

La finalidad de este proyecto de Final de Grado es demostrar que los conocimientos estudiados en clase se han podido poner a prueba en las prácticas de Comercio Internacional.

Las prácticas las realicé en las Bodegas Arraez, ubicada en la Font de la Figuera. Esta empresa lleva tres generaciones de tradición y pasión por el vino y de comerciantes dispuestos a llegar lo más lejos posible gracias a su cultura, calidad y valores.

Es una empresa pequeña a nivel de personal pero enorme a nivel de familia, que analizando su situación actual con un PESTEL y un DAFO se puede observar que tiene mucho potencial dentro de un sector tan amplio como es el sector vitivinícola. Dentro de España, la Comunidad Valenciana, esta industria representa el 35%, con lo cual el diferenciarse, ya sea por historia, como por técnicas que apoyen al medio ambiente o como por incluir bebidas ecológicas significa bastante para el cliente final.

El plan de Recursos Humanos y el plan de Marketing se definen y se explican con claridad para que se llegue a conocer mas como la empresa Arráez analiza y define estrategias para obtener un buen ambiente de trabajo que potencie a los empleados y define estrategias una vez más, de comunicación y promoción de sus productos. Una vez ejecutados se evalúan su efectividad y rendimiento.

Estas fueron algunas de las muchas funciones que realice en las Bodegas Arráez, explico mis experiencias en ferias tanto nacionales como internacionales que me dieron la oportunidad de valorar, reflexionar y ejecutar lo aprendido en el ciclo formativo superior de Comercio Internacional en la Universidad Europea.

Palabras clave: Bodegas Arraez, Comercio Internacional, PESTEL, DAFO, estrategias, ferias, prácticas.

ÍNDICE

1. OBJETIVO PRINCIPAL.....	3
2. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	4
2.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.....	6
2.2. TENDENCIAS DEL SECTOR.....	7
2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	8
2.4. IMAGEN CORPORATIVA Y CULTURA DE ARRAEZ.....	8
2.5. SISTEMAS DE CALIDAD QUE APLICA.....	9
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO Y GENERAL.....	9
3.1. ANÁLISIS PESTEL.....	9
3.2. DAFO.....	13
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	14
4.1. RELACIÓN FUNCIONAL ENTRE DEPARTAMENTOS E IDENTIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES DE LAS MISMAS.....	14
4.2. PROCEDIMIENTO.....	15
4.3. CONVENIO COLECTIVO APLICABLE.....	17
5. PLAN DE MARKETING.....	17
5.1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO.....	20
5.1.1. PRECIO Y PRODUCTO/SERVICIO.....	20
5.1.2. PROMOCIÓN.....	23
5.1.3. FERIAS.....	23
BARCELONA WINE WEEK 2023.....	24
PROWEIN 2023.....	24
5.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	25
6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.....	25
6.1. OBJETIVO.....	25
6.2. FUNCIONES.....	26
6.3. RELACIONES.....	27
6.4. DISPONIBILIDAD.....	27
6.5. DOCUMENTACIÓN.....	29
6.6. AMBIENTE.....	29
6.7. RIESGOS.....	30
6.8. INTEGRACIÓN.....	30
7. REFLEXIÓN FINAL.....	30

1. OBJETIVO PRINCIPAL

El objetivo principal de realizar este proyecto final es poder exponer y mostrar los conocimientos que he estudiado y me han enseñado durante el ciclo superior impartido en la Universidad Europea, las cuales he podido aplicar a mis prácticas realizadas en las Bodegas Arráez y exponer además mi experiencia, vivencia, inquietudes y funciones donde he podido aportar lo aprendido en cuanto a Comercio Internacional se refiere.



Ilustración 1. Barcelona Wine Week. Elaboración Propia



Ilustración 2. Prowein. Elaboración Propia

2. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La empresa de vinos, **Bodegas Arráez**, donde he impartido mis prácticas del Grado Superior de Comercio Internacional, es una empresa vitivinícola ubicada en la región de Valencia, en la costa este de España, exactamente en la **Font de la Figuera**.



Ilustración 3. Bodegas Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

La empresa fue **fundada** en el año **1950** por Antonio Arráez Garrigós, en los años 80 fue Antonio Arráez Ibanco quien cogió las riendas y en el año 2007 tras la crisis que España sufrió dónde Bodegas Arráez estuvo a punto de desaparecer, el hijo y nieto Toni Arráez, un joven emprendedor con pasión por el vino y la viticultura, decidió innovar y relanzar Bodegas Arráez con una imagen más expresiva pero sin perder los valores que tanto su abuelo como padre le inculcaron.

Toni Arráez proviene de una familia con una larga tradición en la producción de vino en la región, por lo que desde joven aprendió los secretos y las técnicas de la viticultura.

Desde sus inicios, Bodegas Arráez se ha destacado por su **innovación**, diseño, calidad y sostenibilidad. La empresa ha sido de las primeras en producir vinos orgánicos y naturales en la región de Valencia, y además está enfocada en trabajar en el desarrollo de técnicas para obtener un cultivo respetuoso con el medio ambiente.



Ilustración 4. Toni Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

La **filosofía y valores** de la empresa se basan en el respeto por la tierra, el cuidado de las variedades de uva autóctonas como la Bobal, Moscatell y Monastrell, y la elaboración de vinos con personalidad propia (gama Canallas). También tienen una gama de vinos más clásicos pero a su vez exitosos elaborados con uvas que se recuperaron como el Lagares, Malvasía y Arcos (gama Los Arráez). Los vinos de Bodegas Arráez se caracterizan por su frescura, intensidad aromática y su sabor frutal y equilibrado, vinos fáciles enfocados a personas con personalidad y carácter joven.



Ilustración 5. Botellas Arraez. Fuente: Bodegas Arraez. Edición propia

Bodegas Arráez es una de las empresas vitivinícolas más importantes de la región de Valencia, con extensión tanto en el mercado nacional como internacional. La empresa cuenta con una amplia variedad de vinos, que van desde blancos frescos y afrutados hasta tintos complejos y elegantes, cava, tinto de verano y cerveza con esencia de vino y ha recibido numerosos reconocimientos y premios por la calidad de sus vinos.

En la **actualidad** la Bodega cuenta con diferentes proyectos, como Wines and Roses, Hu-Ha de Chimo Bayo, próximamente con las Bodegas Daniel Belda y

sacaron en colaboración con FEDER, Federación Española De Enfermedades Raras, un vino Edición Limitada para promover la investigación de estas.



Ilustración 6. Vino Raras. Fuente: Instagram @bodegasarraez

2.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Arráz se considera un empresa **mediana** por su trayectoria internacional y nacional, es una Sociedad Limitada dedicada a la elaboración y crianza de vinos.

La **estructura** de Arráz es **piramidal** donde los rangos van en vertical pero aun así es una empresa donde la comunicación sobre los puntos de vista e ideas son muy importantes.

Dentro de la empresa se observan diferentes áreas, la primera seria en donde se toman las decisiones finales, ahí se encuentra el jefe, después tendríamos las funciones y áreas de todo el proceso de elaboración del vino, como la de Laboratorio, donde están los enólogos y viticultores encargados de las fórmulas y sistemas de calidad de cada vino, luego estaría el área de Producción y embotellado, con sus respectivos encargados y Almacenaje/logística. Otra gran área sería la Comercial donde encontramos varias subáreas como la de dirección comercial, nacional y exportación donde hemos estado mi compañera Aishela Ateba y yo. El área de Marketing y comunicación se compone de creación de contenidos, gestión de canales online y offline y diseño. Por último tenemos el área de Administración general donde se encuentran las subáreas de Contabilidad, RRHH y Gestión.

Organigrama Bodegas Arraez

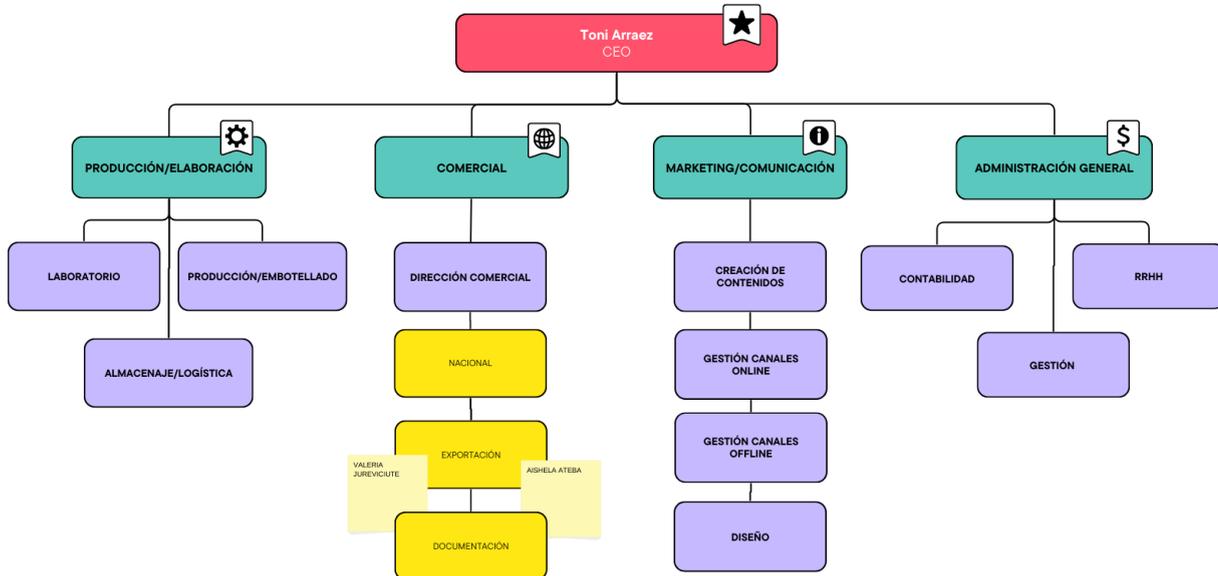


Ilustración 7. Organigrama. Elaboración propia

2.2. TENDENCIAS DEL SECTOR

Este 2023 las tendencias del sector vitivinícola van a proporcionar grandes avances y mejoras.

Principalmente debido a la **tecnología**, tanto para la crianza de la uva como para la producción, elaboración y embotellado. Entre otras existe también el aumento de la producción de los vinos con **menores residuos** y elaborados con **menor impacto medioambiental** y mejoras en las barricas donde se almacenan, para obtener aromas y sabores más complejos.

Otra tendencia sería la de **regenerar el suelo** a través del uso de un abono orgánico, la agricultura industrial ya está siendo sustituida por la agricultura regenerativa. Esto mejora la calidad, aumenta la biodiversidad y ayuda al medio ambiente.

El **enoturismo** también formará parte de las tendencias 2023 del sector, después de la pandemia las bodegas han abierto las puertas de sus viñedos para que apasionados de la naturaleza y los vinos se acerquen a vivir una experiencia gastronómica diferente e interesante.

2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La **misión** de Bodegas Arráez es ofrecer un vino de calidad, elaborado de manera sostenible, con carácter propio, y sabores potenciados por la uva y el tiempo en barrica a personas con una personalidad joven y atrevida que busquen una experiencia gastronómica ejemplar.

La **visión** es seguir creciendo e innovando, llegando a países donde todavía no se exporta el vino.

Y los **valores** de la empresa son ser una empresa responsable con el medio ambiente, honesta, familiar, que apoya a las uvas autóctonas y el trabajador local.



Ilustración 8. Personas. Fuente: Instagram @bodegasarraez

2.4. IMAGEN CORPORATIVA Y CULTURA DE ARRAEZ

ARRÁEZ

19 50

La **imagen corporativa** de Arráez es reconocida en la industria del vino, sobre todo a nivel de la C.Valenciana por su dedicación a la uva autóctona, por sus valores y por su recorrido internacional.

La bodega se esfuerza por transmitir con sus vinos y diseños una imagen moderna e **innovadora**, pero a su vez transmitir la **tradición** e historia de la misma. Según lo que he observado en mi tiempo con ellos en ferias y eventos la imagen que tiene el público sobre la bodega es que se caracteriza por la innovación de sus diseños, la sencillez pero a la vez fresca y potencia de sabores de sus vinos, apuesta por la calidad y sostenibilidad y tradición vitivinícola.

En cuanto a la **cultura** de la empresa, Bodegas Arráez valora toda esa pasión que tienen por el buen vino y compromiso con el medioambiente.

Se enorgullecen de producir vinos de alta calidad que identifican su región.

2.5. SISTEMAS DE CALIDAD QUE APLICA

Los **sistemas de calidad** aseguran el buen estado del producto, son esenciales y obligatorios a la hora vender, en este caso, vino a los consumidores. Evita intoxicaciones entre otras.

Jose Vicente Carpio, de laboratorio, (2º enólogo de Bodegas Arráez) estuvo explicándome qué tipos de sistemas de calidad aplican a los vinos que elaboran.

Estos son:

APPCC = HACCP = **Food Business Operator (by Regulation (EC) No. 852/2004)**

También están sujetos a la siguiente normativa específica del vino:

- BOE-A-2003-13864 Ley 24/2003 (10 julio 2003) de la viña y el vino

Y a la siguiente normativa por las certificaciones:

- BOE-A-1999-16380 Ley 11/1999 (26 mayo 1999) Indicación Geográfica de Vinos de la Tierra de Castilla

- Reference regulations for Varietal wines: Delegated Regulation (UE) 2019/33

- DOP Valencia specifications

- Regulation (CE) 834/2007 (28 junio 2007) Organic wine

- V-Label International seal of quality

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO Y GENERAL.

3.1. ANÁLISIS PESTEL

Comenzando por el **entorno general** de Bodegas Arráez puede analizarse desde diferentes perspectivas, como la político-legal, económica, social, tecnológica y medioambiental:



Político-Legal: El sector vitivinícola está regulado por la Ley 24/2002, de 10 de julio, de la Viña y el Vino (ref. [BOE-A-2003-13864](#)) con lo cual esto se puede ver afectado. La empresa Arráez como otras están regidas a leyes ambientales, de alimentación y a leyes y controles de calidad, que influyen en la forma del cuidado de la viña, la elaboración, ejecución y producción del vino y al ser alcoholes también influye en la forma de comercializar sus productos.

Ilustración 9. PESTEL. Fuente: Escuela Europea de Gerencia

Económico: En cuanto al entorno económico tanto Arráez como otras empresas vitivinícolas han tenido que verse negativamente afectadas por la pandemia que tuvimos en 2020 de COVID-19, que ha hecho que las empresas dedicadas al vino se tengan que adaptar tanto económicamente como con los controles sanitarios y de calidad para que les afecte lo menos posible, a raíz de esto y de la guerra actual de Ucrania y Rusia, los precios que ofrecen los proveedores de por ejemplo, vidrio, cajas etc han sido encarecidos y con esto el precio del vino.



Ilustración 10. Toni Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

Social: Como entorno social podemos referirnos al consumidor, el consumidor español es consciente de la importancia de consumir productos locales y sostenibles, y cada día más. Cosa que beneficia con creces a las Bodegas Arraez. Además, según un artículo publicado por AgroNews Comunitat Valenciana el 02/06/2022 la actividad vitivinícola es una importante fuente de empleo en la Comunidad Valenciana, donde 188 municipios representan el 33% del total de esta actividad y Valencia es la provincia con mayor número de viñedos (88 en total), que representan el 33% provincial.

Estos datos resultan muy positivos para la empresa ya que socialmente tienen apoyo y rigidez.



Ilustración 11-12. Industria vitivinícola C.Valenciana - Trabajador Arraez.

Fuente: AgroNews - Archivos Bodegas Arraez

Tecnológico: Esto actualmente, también es un impacto positivo para la empresa, ya que para la utilización de nuevas técnicas de cultivo automatizadas pero ecológicas y elaboración de estas puede mejorar la calidad de sus vinos y disminuir el impacto ambiental que se crea a la hora de la industrialización, como es algo de lo que el consumidor, como he comentado anteriormente, es consciente. Incluso, el uso de aparatos digitales puede facilitar y agilizar la comercialización, almacenaje y promoción de sus vinos en el mercado nacional e internacional, así como reducir sus costes.

Medioambiental: Arráez producen algunos tipos de uvas de manera ecológica y orgánica, además a la hora de la elaboración utilizan técnicas respetuosas con el medio ambiente. Por ejemplo, diseñaron la bodega de manera que la luz natural predomina sobre la artificial en la mayor parte del día, con lo cual el consumo de luz es sumamente inferior al de otras bodegas, ya que pueden prescindir de la luz artificial durante muchas horas y no necesitan focos excesivamente grandes y de gran potencia.

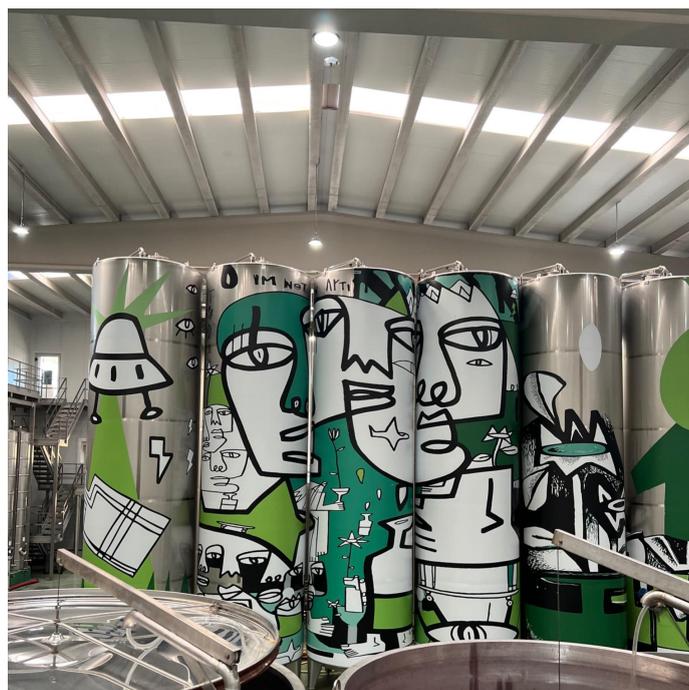


Ilustración 13. Bodegas Arraez. Elaboración Propia

El entorno específico destaca una serie de factores que afectan de manera particular a la empresa como los proveedores, competencia, los clientes...



Ilustración 14. Entorno Específico. Fuente: D'Economía Blog

Proveedores: Tienen proveedores de diferentes productos o materias primas tales como botellas, algunos tipos de uvas autóctonas que proceden de trabajadores locales que cultivan de manera sostenible, corchos, rollos de etiqueta, cajas, agua para lavar las barricas, transportistas, etc. Bodegas Arráez tiene bastante poder a la hora de negociar ya que tiene fidelizados a los proveedores debido a los tantos años en el sector, es de las bodegas más destacadas e importantes de la Comunidad Valenciana y por los valores que tiene además de la calidad, a los proveedores les interesa trabajar con la bodega.



Ilustración 15. Toni Arraéz y clientes venezolanos. Elaboración Propia

Competencia: Por mi experiencia en la empresa, yendo a ferias y catas he de decir que el mercado, el sector del vino, es muy amplio y variado. Hablando del vino en general, tienen más de miles de bodegas como competidores en todo el mundo, estando en la ProWein de Alemania con ellos tuve el honor de ver más de 6.000 bodegas de países como Italia, Francia, Portugal, Brasil, Grecia, y muchos más.

Sin embargo hablando de la Comunidad Valenciana, en el concurso de la feria **PROAVA 2023** destacaron dentro de DO C.Valenciana bodegas como Bodegas Vegamar, Casa los Frailes, Bodega el Angosto y Bodegas Vicente García, donde estos se llevaron premios tanto de bronce, como plata y oro.



En conclusión, el mundo del vino es muy importante mundialmente, con lo cual la competencia es un problema, pero lo importante es destacar por tu historia, calidad y valores, que te vayas adaptando día a día a los cambios tanto tecnológicos como ambientales y cuides la fidelización con proveedores y clientes.

Ilustración 16. Toni Arraez y clientes venezolanos. Elaboración Propia

Cientes: Los clientes Arráez tienen muy claro lo que buscan, una agradable experiencia visual, olfativa y gustativa, de nuevo por mi experiencia he visto que los clientes arraez son clientes atrevidos pero a las vez sencillos, la mayoría de los clientes finales no son expertos en viticultura, lo único que buscan es una excelente calidad, un vino sostenible o ecológico y económico, otros eligen arraez por el sabor o etiquetado y otros por el trato al cliente y se terminan de fidelizar por el servicio postventa.



Ilustración 17. Comerciantes y cliente en Prowein. Elaboración Propia

3.2. DAFO

El análisis **DAFO** es una forma de analizar la situación de en este caso una empresa, con ella podemos analizar tanto puntos internos como externos para ver qué **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades hemos analizado. Este es el análisis de las Bodegas Arráez:

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excesiva competencia • Dependencia de proveedores • Mucha variedad de producto: más gastos • Depende de otros viñedos para según que uvas • Capacidad de producción limitada 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios de los proveedores elevados y dificultad para ventas en Ucrania y Rusia debido a la guerra • Excesiva competencia • Los consumidores cambias de preferencias y tendencias continuamente • Riesgos climaticos que dañen la uva • Cambios legales que dificulten su comercialización
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena calidad de productos • Muchos años de experiencia y tradición • Empresa familiar y la mayoría del personal es local • Posee viñedos propios • Mucha variedad de producto: mas cartera de clientes • Reduce costes de luz y agua debido al diseño de la bodega y a su tecnica de regadío para minimizar contaminación • Vinos ecológicos • Es una empresa reconocida y cada año sus vinos ganan premios • Acuden a ferias internacionales • Bodega que pueden visitar • Redes sociales y contenido activo • Innovan en técnicas de producción y cultivo • Ubicación muy favorable para la uva 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un mercado en crecimiento • Oportunidad de expansión • Tendencias 2023 positivas papa el sector vitivinicola • Cada vez mas de moda el enoturismo • Consumidor busca uva autoctona • Consumidos busca producto que colabore con el medio ambiente • Tendencia hacia lo ecológico y sostenible • Tecnologías que reducen costes y agilizan a la hora de cultivo, elaboración y logística

Ilustración 18. DAFO Bodegas Arraez. Elaboración Propia

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1. RELACIÓN FUNCIONAL ENTRE DEPARTAMENTOS E IDENTIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES DE LAS MISMAS

Anteriormente en el apartado 2.1. Organización de la empresa, explico cuáles son las áreas y subáreas que existen en las Bodegas Arraez, en este caso voy a nombrar cuáles son las funciones que tienen cada área y cuál es la relación funcional entre los departamentos.

Departamento comercial: Se encarga de negociar ya sea con distribuidores nacionales como internacionales para la posterior venta de los productos Arraez. Van a ferias donde estos distribuidores pueden ver el producto en persona, catarlo y negociar verbalmente un acuerdo o compra que más adelante se hará en escrito. El departamento comercial en cuanto a relación funcional con los otros departamentos se encarga de transmitir los pedidos al almacén o posibles cambios o vinos personalizados al laboratorio.



Ilustración 19. Comerciantes y clientes en Prowein. Elaboración Propia



Departamento de logística: La función del departamento de logística es almacenar los productos en el almacén en las condiciones requeridas listos para la posible salida y venta. Este departamento en el caso de que no tenga el pedido que envíe el departamento comercial, se comunica con el departamento de producción para su elaboración.

Ilustración 20. Almacén Arraez. Elaboración Propia

Departamento de producción: Elabora los productos y además ejecuta pedidos cuando estos no se encuentran en el almacén. Aquí se encuentra además el laboratorio, donde realizan muestras y fórmulas que garantizan que el vino está en perfecto estado. Estos también realizan los controles de calidad, una vez el vino está listo para su embotellado se envía a producción.



Ilustración 21. Trabajador Arraez. Elaboración Propia

Departamento de administración general: Este se encarga de reclutar personal, de las gestiones generales y de la contabilidad de la empresa.

Departamento de marketing y comunicación: Sus funciones son elaborar los planes de marketing, encargarse de la publicidad, los mailing informativos, redes sociales, canales online y offline y sobre todo del diseño del etiquetado, aunque la mayoría de las etiquetas Arraez están elaboradas por artistas locales. Este departamento tiene relación con el departamento comercial, donde ambos se informan sobre las ferias, etiquetados personalizados para clientes de otros países...

4.2. PROCEDIMIENTO

Una vez al año si hiciese falta un cambio o falta de personal la empresa lanza una oferta de trabajo definiendo un perfil profesional y adecuado para el puesto, principalmente a gente local o personas del pueblo Font de la Figuera para apoyar a personas de alrededor que busquen trabajo, pero sin embargo, los trabajadores de Bodegas Arráez, la mayoría, llevan **5-10-15 años** trabajando, con lo cual no suele haber una rotación muy periódica del personal.

Por ejemplo, Carlos, uno de los encargados del embotellado, lleva aquí desde que el padre de Toni Arráez le pedía que trabajara unas horas después del instituto, en la bodega, tiempo más tarde, se hizo fijo junto con sus dos hermanos desde que Toni cogió las riendas de la empresa. Y junto con Carlos, muchos otros compañeros que se conocen de vivir juntos desde hace muchos años en el pueblo de La Font de la Figuera han visto como la bodega ha evolucionado y seguirá evolucionando.



Ilustración 22. Equipo Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

Una vez hayan empleado a alguien la formación serían de aproximadamente **2-3 semanas de formación** junto a un compañero del puesto que le pueda enseñar sus funciones y modo de desarrollo, además de una formación de prevención de riesgos y otras que requiera el puesto como maquinaria o software.

Pasado este tiempo de formación el director de recursos humanos se reúne con el personal uno a uno, una vez al mes, para **evaluar las necesidades** del personal en función de sus objetivos y metas a largo y corto plazo.

Además, periódicamente se hace una evaluación del desempeño de los empleados de Bodegas Arraez para **identificar áreas de mejora** y definir objetivos y planes de acción para el crecimiento personal y profesional de cada uno de los empleados.



Ilustración 23. Laboratorio. Fuente: Instagram @bodegasarraez

Bodegas Arráez desarrolla planes, ideas y regalos de **compensación** y beneficios así como de reconocimiento y motivación, para retener su talento y fomentar un ambiente laboral positivo. Esto hace que los empleados de Arraez quieran conseguir sus objetivos estipulados con ganas evitando los problemas habituales de un trabajador en un mal ambiente de trabajo como el estrés y ansiedad, sacando así su mayor potencial.

4.3. CONVENIO COLECTIVO APLICABLE

Los **convenios colectivos** establecen los derechos y obligaciones de los empleados, como los salarios, horas de trabajo, días libres y condiciones.

La Dirección Territorial de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de Valencia negocia con el convenio colectivo del sector de la Industria Vinícola y Comercio general de la provincia de Valencia.

5. PLAN DE MARKETING.

El **plan de marketing** para Bodegas Arráez incluye una estrategia para posicionar la marca y aumentar las ventas de sus productos.

El plan sería el siguiente:

Primero realizan un **análisis de mercado** en el país donde quieren introducir un nuevo vino, cava, cerveza, etc, se estudia el mercado, los clientes potenciales y sus necesidades, la competencia, los distribuidores y la situación actual del país con respecto a la industria vitivinícola. Para hacer este estudio lo más conveniente sería realizar un análisis **DAFO**, para determinar cuál sería la situación de la empresa en el país en el que nos queremos introducir.



Ilustración 24. Wines and roses. Fuente: Instagram @winesrosesviticultores

Una vez conocen el estado de la empresa es fundamental tener una **comprensión clara del público objetivo**, sus necesidades, deseos y preferencias. Con lo cual, para definir el público objetivo, realizan un análisis donde pueden definir su público objetivo. Con esto se define una edad, un poder adquisitivo, unas necesidades... Por ejemplo, un cliente sería una edad aproximada de 20-50, poder adquisitivo medio, persona de carácter joven que le guste disfrutar de los pequeños momentos.

A medida que se vayan comprando los productos podremos **analizar** más detalladamente el perfil y elaborar una estrategia adecuada.

A raíz de esto se **desarrolla una marca sólida y coherente** que refleje los valores y la calidad de los productos de la bodega para que destaque ante ese público objetivo o seleccionar cuál sería el producto más adecuado que refleje esos valores ante el público objetivo. La marca debe ser memorable y diferenciarse de la competencia. Para Arráez, la calidad es un valor inherente a la marca, a partir de esto, se crea una identidad Arráez que se basa en el hedonismo, que quiere decir búsqueda del placer y bienestar en todos los ámbitos de la vida.



Ilustración 25. Wines and roses. Fuente: Instagram @winesrosesviticultores

Obteniendo ya un público y un producto analizan y se eligen los **canales de marketing** adecuados para llegar al público objetivo. Estos incluyen publicidad en revistas especializadas, eventos gastronómicos, marketing en línea y redes sociales como por ejemplo instagram: **@bodegasarraez** y **@winesrosesviticultores**

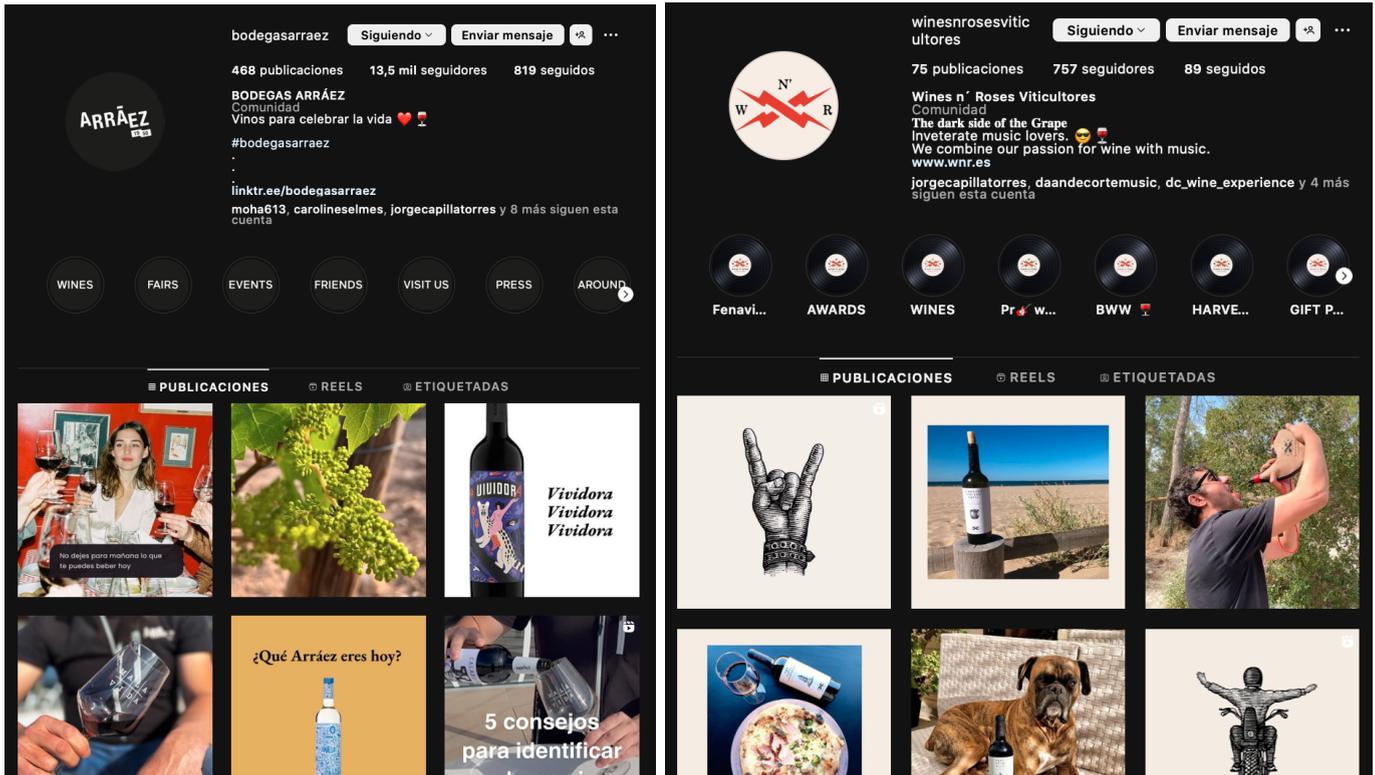


Ilustración 26. Capturas de perfiles. Fuente: Instagram @winesrosesviticultores y @bodegasarraez

Seguidamente es interesante la **promoción** que se desarrolla con los distribuidores tanto nacionales como de exportación y las ofertas para la transacción. Desarrollar estas promociones y ofertas **incentivan la compra** de los vinos, pero esta decisión la toma el departamento comercial. Estas podrían incluir descuentos por volumen, paquetes especiales, catas de vino gratuitas, entre otros. Estas decisiones una vez decididas por el **departamento comercial** es transmitida al departamento de comunicación para que elabore un mailing o post atractivo y llamativo con dicha información.

El **plan de marketing** que siguen las bodegas se decide **anualmente** según lo que crean que van a necesitar basándose en el año anterior y en lo que vayan a hacer ese mismo años (ferias, aniversarios, eventos, colaboraciones, catas...), pero, sin embargo, cada mes hacen una reunión para evaluar a corto plazo las decisiones tomadas para ese mes para poder cambiarlas o ajustarlas según los planes de acción que quieran llevar a cabo.

Por ejemplo, **el mes pasado**, en la reunión, estuvieron hablando sobre qué merchandising llevar a las ferias y basándose en los análisis anteriores llegaron a la conclusión de solo regalar estas a clientes potenciales para no perder beneficios y hablaron además de que el siguiente mailing que elaboraron debería llevar información para avisar a clientes y distribuidores de que Arráez acudiría a la feria Fenavin. Otra cosa muy curiosa es que se dieron cuenta de que el diseño del vino

ecológico “Mínimo” no llamaba la atención en el stand de los supermercados, así que prepararon otros diseños e hicimos una encuesta entre todo el equipo para ver qué tipo de etiquetado transmitía los valores de ese vino ecológico y llamaba la atención frente a otros vinos.



Las dos posibilidades fueron estos dos colores mate que se ven en la imagen o el mismo color pero en una tonalidad más fosforita y se decidió la tonalidad de la imagen, próximamente lo intercambiarán en los supermercados

Ilustración 27. Vino Mínimo.

Fuente: Archivos Bodegas Arráez

5.1. HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO

Las **5 herramientas** más utilizadas del marketing operativo son:

- Precio y producto
- Packaging
- Nuevos canales de comunicación
- Campañas publicitarias
- Políticas comerciales

Estas herramientas **definen objetivos a medio y corto plazo** y sus **ventajas** son que son herramientas más innovadoras, aumentan el volumen de ventas, está ligado al marketing estratégico y son rentables.

5.1.1. PRECIO Y PRODUCTO/SERVICIO

En este caso no nos centraremos en el proyecto Wines and Roses si no que vamos a centrarnos en los vinos Arráez, donde su precio oscila desde los **4,90€ hasta los 17,00€**, todo dependiendo de la elaboración y la calidad de la uva. La línea “Canallas” es más económica que la línea “Arráez”.

Arráez se quiso **diferenciar** creando algo innovador a principio de los 2000, algo rompedor, atrevido, económico, que te llevará a sentir una experiencia visual, olfativa y gustativa de la manera más vividora posible.

Las Bodegas Arráez tienen una **gama de bebidas muy amplia** que va desde vino, cava y mistela hasta tinto de verano, cerveza y aceite.

Hablando del grupo de los vinos, dentro de la línea “Canallas” encontraremos estos productos:



Ilustración 28. Vinos Canallas. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

Y estos se encuentran dentro de la línea “Arráez”:



Ilustración 29. Vinos Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

Realizan un servicio de **enoturismo** en la bodega por un precio a partir de 24€/persona.

Podrás conocer la historia de la bodega, conocer el **proceso de producción**, ver todos los rincones llenos de **arte**, tradición, **cultura** y modernidad de la bodega y terminar con una cata de los mejores vinos, acompañado de unos ibéricos y unas excelentes vistas a los viñedos.

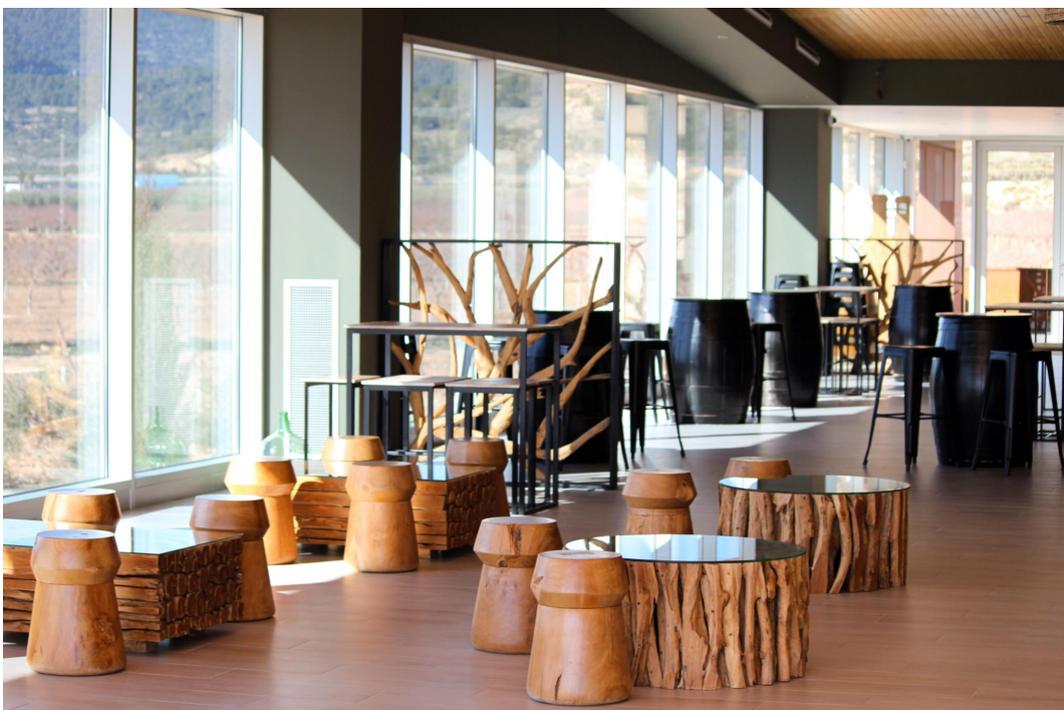


Ilustración 30. Bodegas Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez

5.1.2. PROMOCIÓN

Las Bodegas Arráez se **promocionan** de diferentes maneras, sobre todo con catas en restaurantes, eventos culturales, conciertos y muchos más. Recientemente realizaron en las Fallas de Valencia 2023 un evento en la falla Castellón Segorbe que consistía en arte al vivo, **Edu Bermejo**, diseñador de las etiquetas Vivir Sin Dormir diseñó unas botellas gigantes en vivo. Esto **llamó la atención** de muchas personas, ganando así la atención de nuevos clientes y fidelizando a los ya existentes.



Ilustración 31. Edu Bermejo. Fuente: Instagram @bodegasarraez

5.1.3. FERIAS

Que una empresa exportadora tenga la oportunidad de acudir a **ferias** es muy importante ya que **conoces** cara a cara a miles de **distribuidores** de todo el mundo, conoces a la **competencia**, te das a conocer, creas **vínculos** y **cercanía** con clientes, pueden ver los productos en persona y creas acuerdos verbales e intercambios de tarjetas... Y Arráez ya lo tenía claro desde el principio.

Las ferias a las que yo he podido asistir personalmente y cumplir funciones de comerciante han sido:

BARCELONA WINE WEEK 2023

En esta edición participaron más de **830 bodegas** los días 6-8 de febrero en Barcelona-Recinto Monjuïc, esta es de las ferias de vinos más importantes de España, más de **20.000 profesionales** del sector acudieron, donde el 20% provienen de 80 países. Llevaron vino tanto de Arráez como de Wines and Roses.



Ilustración 32. Barcelona Wine Week. Fuente: Barcelona Wine Week

PROWEIN 2023

Prowein se celebró en Alemania las fechas del 19 al 21 de marzo, concretamente en Düsseldorf con nada más ni nada menos que aproximadamente **6.000 expositores** y más de **38.000 visitantes** profesionales de **145 países**.



Ilustración 33. Prowein. Elaboración Propia

5.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Bodegas Arráez comercializa a través de página web, bodega y distribuidores importadores. Estos **distribuidores** son los que realmente luego se encargan de los canales como restaurantes, bares, supermercados, vinotecas, etc. Pero el cliente potencial no es el cliente final, en Arraez es un distribuidor y a través de web o bodega sí es el cliente final el potencial.

6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.

6.1. OBJETIVO

Mis objetivos tanto profesionales como personales han sido poner en funcionamiento todos mis **conocimientos** adquiridos en el ciclo formativo superior de comercio internacional, tener los **objetivos** comunes de un **comercial** como conseguir crear relaciones sólidas con clientes, proporcionar un excelente servicio, poder resolver dudas sobre el producto, **exponer el producto** a distribuidores en ferias, realizar ventas o negociaciones, mantenerme actualizada sobre mercado... Y como objetivo personal he conseguido ponerme a prueba, salir de mi zona de confort, ir descubriendo lo que me gusta y si lo que he aprendido sirve para lo que llamamos, la vida real.



Ilustración 34. Prowein. Elaboración Propia

6.2. FUNCIONES

Profesionalmente **mis funciones** han sido:

- **Investigación de mercado.** Investigar la situación del país dentro del sector vitivinícola
- **Prospección de clientes.** Buscar activamente nuevos clientes e identificar a los mismos
- **Ventas y negociación.** Presentar productos, responder a las preguntas y objeciones de los distribuidores.
- **Establecimiento de relaciones.** Mantener relaciones sólidas con los clientes
- **Desarrollar estrategias de ventas.** Participar en la creación y ejecución de estrategias de ventas y mailings después de una feria
- **Participación en ferias y eventos comerciales.** Participar elaborando mis funciones de comercial tanto en ferias como en eventos transmitiendo la imagen de la bodega arraez

Todas estas tareas las he estado desempeñando de manera aleatoria, no han sido jornadas monótonas y según qué función requería de varias horas o minutos, algunos días se ejecutaban varias funciones al mismo tiempo y otros días solo me he dedicado a una sola tarea.

Y todas las tareas y funciones que tanto que he desempeñado como visto, las he puesto en práctica en el grado superior, como por ejemplo la red de fabricación en una empresa industrial, las paletizaciones, los sistemas de almacenado, los transportes de almacén, la carga de contenedores, los incoterms, la documentación comercial, los pasos de una negociación, técnicas de venta... Muchas las he puesto en práctica y muchas otras las he observado poner en práctica.



Ilustración 35. Carga contenedor. Elaboración Propia

6.3. RELACIONES

Yo he estado ubicada en el departamento **comercial**, concretamente en el de exportación Europa, ese departamento tiene contacto con el departamento de **marketing** cada vez que hay un evento o algo que requiera diseño gráfico, con el departamento de logística/almacén cada vez que hay un pedido y con el departamento de comunicación comercial también cuando existe algún pedido y se tiene que notificar.

Por suerte a parte de principalmente estar en el departamento comercial, el equipo ha podido dedicarme unas horas a enseñarme las funciones de producción, elaboración, almacenaje, embotellado, documentación, he participado en el departamento de marketing, etc.

Con lo cual he tenido relación con parte del equipo y es muy **gratificante** saber que lo que es la bodega, ha formado parte de mis prácticas en comercio internacional.



Ilustración 36. Paletizando. Elaboración Propia

6.4. DISPONIBILIDAD

Espontáneamente si se necesita **disponibilidad** ya sea ir a la bodega o viajar a ferias o eventos.

Mi experiencia en las ferias a las que he asistido ha sido muy buena y plena. La primera feria que viví con las bodegas Arráziz fue corta pero intensa. Fue en la feria anteriormente nombrada, **Barcelona Wine Week**, ahí tuve la oportunidad de ir a demostrar mis conocimientos y talento para la venta que me abrieron las puertas de mi segunda experiencia en ferias comerciantes, **Prowein**.

Prowein fue una feria en Alemania, pude exponerle a los distribuidores los productos para que hicieran catas, resolví dudas, organizaba el stand y otras más. Fue súper interesante la experiencia de viajar con parte del equipo comercial, estar hablando inglés toda la feria, ver a la competencia y que te enseñen habilidades para la venta y tu ponerlas en práctica.



Ilustración 37. Viaje a Prowein. Elaboración Propia (todas)

Más adelante también estuve en la feria **Proava** que por ejemplo esta no era una feria comercial sino más dedicada a la gastronomía para el público. Fue positivo porque ves de cerca el mercado Valenciano, sus gustos, necesidades y además ves a la competencia. Fue muy divertido recibir cantidad de comentarios positivos de la empresa y ver como tanto jóvenes como adultos disfrutaban con tantas ganas y alegría una copa de vino Arráez. También tuve el honor de conocer a **Chimo Bayo** ya que acudió a la feria porque el vino HuHa es en colaboración con Bodegas Arráez, un buen hombre.



Ilustración 38. Proava y Chimo Bayo. Elaboración Propia

6.5. DOCUMENTACIÓN

Como **documentación comercial** yo no manejaba ninguna pero si he estado aprendiendo de Cristobal, el responsable de la documentación. El maneja programas como excel y otros para la elaboración de los mismos. Sin embargo, yo para mis apuntes, base de datos de clientes y diseño utilizaba **Excel, Canva, Word, Mailchimp y una libreta.**

6.6. AMBIENTE

Mis condiciones ambientales dentro de la empresa fueron más que **excepcionales**, el equipo es muy **familiar y atento**, siempre estaba todo el mundo dispuesto a ayudar con lo que necesitase o dispuesto a enseñarme sus conocimientos y su historia dentro de la empresa. Espero algún día trabajar con una familia como la de Arráez.

Y hablando del entorno, trabajar en las bodegas es muy **relajante**, las bodegas se encuentran en medio de **viñedos**, con lo cual es un ambiente muy natural, sin ruidos de ciudad y mucha **luz natural**. Tienen zonas de descanso y una terraza **acogedora**, una cocina perfectamente equipada con nevera y microondas y baños las 24h del día a su disposición e higiénicos.



Ilustración 39. Bodegas Arráez. Fuente: Archivos Bodegas Arráez

6.7. RIESGOS

En el caso del departamento donde yo efectué las prácticas **no existen riesgos laborales** por maquinaria o cristal, pero si existen los riesgos de, por ejemplo, accidente de coche a la hora de ir a la bodega u oficina. En todos los casos, los departamentos reciben su charla y documentación de prevención de accidentes.

6.8. INTEGRACIÓN

Para cubrir las exigencias del puesto de agente comercial en las Bodegas Arráez debes requerir como mínimo o **conocimientos sobre vinos**, saber sus propiedades, uvas, conocer los métodos de viña y además, tener experiencia en ventas o tener **conocimientos sobre venta** o venta internacional. Y sin importar los conocimientos que tengas dispondrás de **2-3 semanas de formación** junto a un compañero del departamento, para que tu adaptación sea lo más correcta posible.



Ilustración 40. Trabajador Arraez. Elaboración Propia

7. REFLEXIÓN FINAL

Durante mi recorrido académico en la Universidad Europea, he adquirido valiosos conocimientos tanto teóricos como prácticos sobre el mundo empresarial. Tanto de transporte y logística, como gestión de una empresa, marketing, negociación, entre otros. Pero sin embargo la verdadera prueba de mi aprendizaje se produjo cuando tuve la oportunidad de aplicarlas junto con las Bodegas Arraez en un entorno práctico.

Mis prácticas en el ámbito del comercio internacional me han brindado una gran experiencia profesional y personal, enfrentándome y observando desafíos reales. Pude ver de primera mano cómo aplicaba todo el equipo estrategias comerciales en un entorno competitivo.

Además de las funciones anteriormente logradas mis prácticas me permitieron entender la importancia de la adaptabilidad y flexibilidad en el comercio internacional ya que existen situaciones inesperadas que requieren ajustar y modificar estrategias, donde requiere ser ágil, creativo y resolutivo. Aprendí la importancia de la responsabilidad, la importancia de que una empresa sea honesta y transparente y la importancia y un muy buen ambiente de trabajo donde todo el

equipo trabaja con pasión por su puesto y pasión por ver y haber visto crecer la empresa. Al final ese dicho de “cocinar con amor sabe mejor” será verdad.

En conclusión, mi experiencia fue la culminación perfecta de mi formación académica. Estas prácticas no solo me han dado una valiosa experiencia laboral sino que también me ayudaron a consolidar mi pasión por el comercio internacional. Estoy segura de que tanto la Universidad Europea como las Bodegas Arráez ha sido un cimiento sólido para mi carrera profesional en el sector del comercio internacional



Ilustración 41. Bodegas Arraéz. Elaboración Propia

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Barcelona Wine Week. Elaboración Propia.....	3
Ilustración 2. Prowein. Elaboración Propia.....	3
Ilustración 3. Bodegas Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	4
Ilustración 4. Toni Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	5
Ilustración 5. Botellas Arraez. Fuente: Bodegas Arraez. Edición propia.....	5
Ilustración 6. Vino Raras. Fuente: Instagram @bodegasarraez.....	6
Ilustración 7. Organigrama. Elaboración propia.....	7
Ilustración 8. Personas. Fuente: Instagram @bodegasarraez.....	8
Ilustración 9. PESTEL. Fuente: Escuela Europea de Gerencia.....	9
Ilustración 10. Toni Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	10
Ilustración 11-12. Industria vitivinícola C.Valenciana - Trabajador Arraez. Fuente: AgroNews - Archivos Bodegas Arraez.....	11
Ilustración 13. Bodegas Arraez. Elaboración Propia.....	11
Ilustración 14. Entorno Específico. Fuente: D'Economia Blog.....	12
Ilustración 15. Toni Arraez y clientes venezolanos. Elaboración Propia.....	12
Ilustración 16. Toni Arraez y clientes venezolanos. Elaboración Propia.....	13
Ilustración 17. Comerciantes y cliente en Prowein. Elaboración Propia.....	13
Ilustración 18. DAFO Bodegas Arraez. Elaboración Propia.....	13
Ilustración 19. Comerciantes y clientes en Prowein. Elaboración Propia.....	14
Ilustración 20. Almacén Arraez. Elaboración Propia.....	14
Ilustración 21. Trabajador Arraez. Elaboración Propia.....	15
Ilustración 22. Equipo Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	16
Ilustración 23. Laboratorio. Fuente: Instagram @bodegasarraez.....	16
Ilustración 24. Wines and roses. Fuente: Instagram @winesnrosesviticultores..	17
Ilustración 25. Wines and roses. Fuente: Instagram @winesnrosesviticultores..	18
Ilustración 26. Capturas de perfiles. Fuente: Instagram @winesnrosesviticultores y @bodegasarraez.....	19
Ilustración 27. Vino Mínimo. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	20
Ilustración 28. Vinos Canallas. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	21
Ilustración 29. Vinos Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	22
Ilustración 30. Bodegas Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	22
Ilustración 31. Edu Bermejo. Fuente: Instagram @bodegasarraez.....	23
Ilustración 32. Barcelona Wine Week. Fuente: Barcelona Wine Week.....	24
Ilustración 33. Prowein. Elaboración Propia.....	24
Ilustración 34. Prowein. Elaboración Propia.....	25

Ilustración 35. Carga contenedor. Elaboración Propia.....	26
Ilustración 36. Paletizando. Elaboración Propia.....	27
Ilustración 37. Viaje a Prowein. Elaboración Propia (todas).....	28
Ilustración 38. Proava y Chimo Bayo. Elaboración Propia.....	28
Ilustración 39. Bodegas Arraez. Fuente: Archivos Bodegas Arraez.....	29
Ilustración 40. Trabajador Arraez. Elaboración Propia.....	30
Ilustración 41. Bodegas Arraez. Elaboración Propia.....	31

BIBLIOGRAFÍA

VineTur (11/04/2023). Triunfo Valenciano: Los vinos de la DO Valencia arrasan en PROAVA 2023

<https://www.vinetur.com/2023041172888/triunfo-valenciano-los-vinos-de-la-do-valencia-arrasan-en-proava-2023.html#:~:text=En%20esta%20edici3n%2C%20la%20DO,Reserva%202019%20de%20Vegamar%20Bodegas.>

AgroNews Comunitat Valenciana (02/06/2022). El sector vitivin3cola aporta alrededor de un 1,7% al PIB de la Comunitat Valenciana.

<https://www.agronewscomunitatvalenciana.com/el-sector-vitivinicola-aporta-alrededor-de-un-17-al-pib-de-la-comunitat-valenciana#:~:text=A%20escala%20municipal%2C%20188%20municipios.el%2033%25%20del%20total%20provincial.>

Utiel Requena.org (24/03/2023). Las tendencias que trae 2023 para el mundo del vino.

<https://utielrequena.org/las-tendencias-que-trae-2023-para-el-mundo-del-vino/>

Prowein (web oficial)

<https://www.prowein.es>

Barcelona Wine Week (web oficial)

<https://www.barcelonawineweek.com/en/>

Comunicare. Equipo de marketing operativo

<https://www.comunicare.es/equipo-de-marketing-operativo/>