



## RESUMEN EJECUTIVO

### Proyecto: “Plan de negocio para la introducción de la marca paraguas *Vinos de la España de Don Quijote* en Estados Unidos y Canadá”

*New Old Wines* (NOW), es un consorcio de exportación formado por tres bodegas de Castilla-La Mancha cuyo objetivo es introducir la marca paraguas “Qixote Land” en Estados Unidos y Canadá en el canal de distribución *On-trade*, conocido también como HORECA.

Dada la actual situación económica, la internacionalización de las empresas es el mejor camino hacia el éxito. Una vez analizada en detalle la situación actual del sector en Castilla La Mancha, hemos detectado la excesiva atomización de bodegas y con capacidad económica insuficiente para asumir la internacionalización de sus productos. Por este motivo, nuestro objetivo principal es solventar esta situación mediante la creación de un consorcio de exportación en destino, enfocado a la promoción y venta de vino embotellado.

Formar parte de NOW permite a las bodegas de la región castellano manchega compartir los gastos estructurales que supone la comercialización exterior, así como, los recursos humanos y financieros. El resultado es una red de distribución más eficiente, una mayor capacidad negociadora directamente proporcional a la ampliación del catálogo de productos, y la tranquilidad de responsabilidad limitada de los socios, en caso de pérdidas.

De la mano de NOW, las bodegas de la región mejoran su competitividad en el exterior, evitando la externalización de las labores de marketing y consultoría. Las bodegas que forman NOW se benefician de los siguientes servicios que les facilita el consorcio:

1. Comercialización y venta de vino embotellado en Estados Unidos y Canadá.
2. Desarrollo de productos adaptados a la demanda del mercado.
3. Estrategias *push&pull* de marketing y gestión de la imagen de marca “Qixote Land”.
4. Gestión de ayudas públicas.

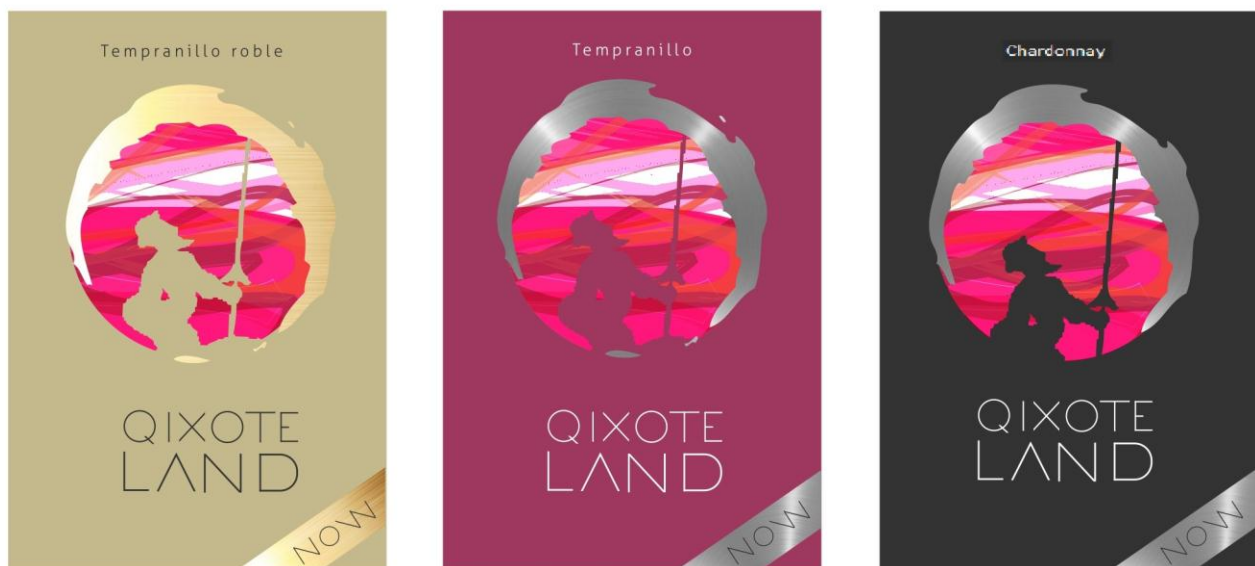
Tras un detallado análisis de diversos estudios de mercado del sector del vino en Estados Unidos y Canadá procedentes de fuentes como *Datamonitor*, *ICEX* y *Wine Intelligence*, entre otros, hemos detectado el elevado desconocimiento del consumidor sobre la cultura del vino en estos mercados internacionales. Por ello, pretendemos educar a los consumidores en la cultura del vino, como así lo reflejan nuestras acciones de marketing.

*The more the consumers drink, the more they learn, the more they buy.* Queremos que nuevos consumidores descubran y se unan al mundo del vino; y a los consumidores ya existentes, pretendemos enamorarles de un producto rico, sano y atractivo.

Grandes dosis de innovación en el diseño del producto, junto con una estrategia de marketing centrada en una adecuada promoción y un precio asequible, conquistará a los jóvenes *millenials* entusiastas del vino, quienes marcan la tendencia del consumo actual en Estados Unidos y Canadá. Para alcanzar los objetivos de ventas en estos mercados, nuestros productos se han ajustado a la actual demanda de los consumidores, pero siempre prestando atención a los cambios del mercado para poder reaccionar a tiempo.



La marca “Qixote Land” está diseñada para el consumidor ávido de nuevas experiencias y dispuesto a disfrutar de la vida a través de una copa de vino español, capaz de convertir el día a día en un universo de sensaciones, trasladando al consumidor al emocionante estilo de vida español. “Qixote Land” es el reflejo de un nuevo mundo de aromas, historia y terruño cultivado bajo el sol del clima Mediterráneo, ideal para relajar los sentidos y saborear momentos inolvidables en compañía de familiares, amigos, la persona amada o incluso en la soledad más placentera. La gama “Qixote Land Silver Label” está formada por dos vinos jóvenes tinto y blanco, elaborados con las variedades de uva Tempranillo y Chardonnay. Mientras que la gama “Qixote Land Gold Label” consta de un vino Tempranillo cuya elaboración hace que su aroma recuerde ligeramente a notas de madera, dotándole de un carácter más selecto para paladares exigentes.



El nuevo concepto de vinos NOW engloba calidad, exquisitez e innovación, fruto de la armonía entre la tradición vitivinícola de España, y la frescura y el dinamismo del trato cercano y transparente que aporta nuestro equipo:

- **Ramón Cortina.** Experto financiero con experiencia relevante en la gestión de personal y liderazgo de equipos. Con un MBA especializado en la gestión de empresas vitivinícolas por la EOI. Actualmente trabaja como Comercial de Exportación de la Cooperativa de Segundo grado BACO, empresa que sita en Ciudad Real y maneja uno de los mayores volúmenes de vino de Europa.
- **Teresa Maroto.** Traductora especialista del sector del vino con una amplia cartera de clientes producto de sus cuatro años de experiencia en labores de Marketing y Comercio Exterior de vinos españoles. Con un MBA especializado en la gestión de empresas vitivinícolas por la EOI, actualmente trabaja como Comercial de Exportación en Bodegas Chivite, una internacionalmente conocida bodega española de origen navarro.



- **Lara Ramos.** Periodista con grandes dotes comunicativas y de redacción y con un demostrado interés y formación en el mundo del vino. Con un MBA especializado en la gestión de empresas vitivinícolas por la EOI, actualmente trabaja como Gestora de Exportación en la prestigiosa bodega Pagos Marqués de Griñón en Toledo, territorio de larga tradición vitivinícola.
- **Susana Salamanca.** Ingeniera Agrónoma con destacada experiencia en investigación de mercados y amplios conocimientos de Enología. Con un MBA especializado en la gestión de empresas vitivinícolas por la EOI, actualmente trabaja en el grupo J. García Carrión, firma líder del sector del vino en Europa.

Para la puesta en marcha del negocio es necesario crear una sede principal en Ciudad Real (España) y posibilidad de abrir una oficina en destino (Nueva York, USA) donde desarrollarán su actividad el Director Comercial y el Gerente del consorcio respectivamente, actuando de interlocutores y guías de las bodegas en los mercados objetivo de la exportación.

La inversión necesaria prevista alcanzará los 105.000 Euros el primer año, repartidos de la siguiente manera:

- Alquiler del local de la sede social: 3.600 Euros/año.
- Habilitación y equipamiento del local: 1.000 Euros.
- Equipamiento informático: 1.200 Euros.
- Diseño web: 4.000 Euros.
- Sostenimiento y desarrollo de los contenidos informáticos: 1.500 Euros/año.
- Gastos de personal 68.900 Euros/año.
- Registro de marcas: 1.800 Euros.
- Escritura pública y registro mercantil: 4.500 Euros.
- Otros: 18.500 Euros.

*\*Cada bodega aporta a NOW el importe de 1000 Euros cuatrimestrales.*

Los productos se organizarán en dos paquetes de tarifas *Excellars*, que oscilarán entre los 2,09 euros y los 2,98 euros. Nuestros clientes potenciales son empresas importadoras y/o distribuidoras para *On-trade* en Estados Unidos, y principalmente los grandes monopolios que distribuyen el vino en Canadá a través de sus tiendas.

La estimación de la previsión de ventas totales en Estados Unidos y Canadá es de 51.904 botellas durante el primer año de actividad, 107.272 el segundo año y 254.573 el tercer año.

Los promotores del consorcio aseguran el retorno de la inversión inicial de las tres bodegas transcurrido el tiempo de tres años y tres meses, período en el cual las bodegas ya han percibido beneficios procedentes del margen comercial, que no se ha tenido en cuenta para el cálculo del retorno de la inversión inicial. El margen de beneficio total percibido por las bodegas durante tres años asciende a un importe total del: 178.898,46 Euros.

Grupo 3  
 Ramón J. Cortina Arenas  
 Teresa Maroto Ramos  
 Lara Ramos Rodríguez  
 Susana Salamanca Gutiérrez