



EXPERTO UNIVERSITARIO

CÓDIGO
3811

COMERCIALIZACIÓN EFICIENTE DE ACEITES DE OLIVA

1ª edición

Semipresencial, del 15 de febrero al 13 de julio de 2019.

DIRECCIÓN

Dr. Manuel Parras Rosa. Universidad de Jaén.

Dr. Ángel Martínez Gutiérrez. Universidad de Jaén.



SEDE ANTONIO MACHADO DE BAEZA, Jaén

@ UNIVACV UNIAuniversidad
#UNIVACV

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

La mayor orientación al mercado del sector productor de aceites de oliva es uno de los retos del sector, tal y como es puesto de manifiesto, tanto en la literatura científica como en los foros sectoriales de referencia. Junto a la orientación al mercado, otros dos desafíos son: la internacionalización del sector y la incorporación de las TIC en la comercialización de los aceites de oliva. Ahora bien, hacer frente a estos desafíos exige contar con profesionales capacitados en las distintas temáticas que conforman la comercialización, siendo esta necesidad de conocimientos la génesis y justificación de la presente oferta formativa, unos conocimientos que han de ser de carácter teórico-práctico. En efecto, este posgrado se conforma con una importante participación de ponentes que desarrollan su labor en empresas del sector oleícola o bien en otras del sector agroalimentario; y se complementa con talleres de casos de éxito en distintas áreas de la comercialización como la diferenciación de la oferta, la internacionalización o el uso de las TIC.

De otra parte, la comercialización eficiente de los aceites de oliva constituye una temática fundamental para Andalucía y Jaén, como consecuencia de la necesidad de transitar desde un mercado de origen basado en una escasa diferenciación y una intensa competencia vía precios, a un mercado de envasado -tanto nacional como internacional-, apoyado en estrategias de planificación, análisis de mercado, segmentación, selección de mercados meta y posicionamiento. Es evidente que operar en los mercados de graneles genera empleo estacional y de baja cualificación; hacerlo, por el contrario, en los mercados de envasado genera empleo cualificado durante todo el año. Por otro lado, aunque el desarrollo del comercio de aceites de oliva envasados es un cambio ya iniciado por una parte de los operadores económicos del sector oleícola, lo que está dejando sentir sus efectos no sólo en la fisonomía, estructura y funcionamiento de aquéllos, sino también en el entorno más próximo mostrándose en la práctica como un auténtico motor de cambio económico y social, todavía hay una mayoría de operadores que actúan solo en el mercado de graneles. Por eso, creemos que un curso de experto de estas características es una iniciativa formativa de interés para este tejido productivo, al consentir una formación específica en cuestiones fundamentales de esta modalidad de venta.

Finalmente, el programa se estructura con un componente eminentemente práctico, aunque sin descuidar los cimientos teóricos fundamentales para una eficiente gestión comercial, con dos patas

complementarias: una de gestión, de management; y otra jurídica, en la que se analizan las cuestiones de índole normativo que son necesarias conocer cuando se abordan estrategias comerciales.

DESTINATARIOS

El experto está dirigido a los siguientes perfiles:

- Profesionales del ámbito oleícola, en especial de la gestión comercial de los aceites de oliva.
- Profesionales de la agroindustria en general, así como miembros de la administración pública con competencias en la materia.
- Egresados de especialidades relacionadas con la temática del experto (Economía y Administración de Empresas, Derecho, Agronomía, Química, Biología, etc.).

Para poder matricularse en el experto es necesario estar en posesión de una diplomatura, licenciatura o grado universitario.

LUGAR Y FECHA DE CELEBRACIÓN

Este curso, que se impartirá del 15 de febrero al 13 de julio de 2019 a través de la plataforma virtual de esta universidad, tiene una fase presencial que se desarrollará algunos viernes por la tarde y sábados por la mañana, a lo largo del período citado, en las siguientes fechas:

15-16- 22-23 de febrero, 8-9-15-16-29-30 de marzo, 5-6-26-27 de abril, 3-4-10-11-24-25- 31 de mayo, 1-14-15-21-22 de junio, 5-6-12-13 de julio.

Las clases se impartirán en la Sede Antonio Machado de la Universidad Internacional de Andalucía (Baeza, Jaén).

MATRÍCULA

Se podrá formalizar la matrícula hasta el **30 de enero de 2019**.

El importe de la matrícula es el siguiente:

Matrícula: 1.200,00 €

Apertura de expediente: 40,00 €

Carnet de estudiante: 4,50 €

Total: 1.244,50 €, que podrá ser abonado de la siguiente forma:

- a. PAGO ÚNICO:
Abono del total del importe (1.244,50 €) en el momento de formalizar la matrícula.
- b. PAGO FRACCIONADO:
- el 1º de 644,50 € al matricularse.
- el 2º de 600 € antes del 15 de marzo de 2019.

El pago se hará mediante transferencia bancaria libre de gastos o ingreso en la cuenta de la UNIA, La Caixa: IBAN: ES78 21009166752200074348

Para formalizar la matrícula deberá aportarse la siguiente documentación:

1. Impreso que facilita la Universidad Internacional de Andalucía: www.unia.es/impresos
2. Fotocopia del D.N.I. o Pasaporte.
3. Justificante de haber abonado los derechos y tasas correspondientes.
4. Fotografía tamaño carnet.
5. Fotocopia compulsada que acredite la titulación exigida.

NOTA: Se podrán solicitar ayudas una vez abierta la convocatoria de Becas para los Títulos Propios 2018-19. Más información en <https://www.unia.es/estudiantes/becas-y-ayudas/convocatorias-abiertas>

Anulación de matrícula

La anulación de matrícula y la devolución de los derechos deberán solicitarse con una antelación mínima de cinco días hábiles al comienzo de la actividad académica.

La solicitud se realizará en la Secretaría de la Sede en que se celebrará la actividad académica, utilizando al efecto el impreso normalizado, disponible en la dirección www.unia.es/impresos

No procederá la devolución en las solicitudes de anulación presentadas con posterioridad al plazo indicado anteriormente.

Información académica y administrativa:
alumnos.baeza@unia.es

PROGRAMA ACADÉMICO

El Experto en Comercialización eficiente de aceites de oliva se organiza en torno a cinco materias docentes:

- Materia 1: La gestión de marketing en el sector oleícola. 5 ECTS.

- De la orientación a la producción a la orientación al mercado. Fundamentos de la gestión de marketing en las organizaciones.
- Marketing estratégico y marketing operativo en el sector oleícola.
- ¿Cómo hacer un plan de marketing en el sector oleícola? Análisis situacional. Análisis DAFO en el sector oleícola.
- La delimitación de las Unidades Estratégicas de Negocio en el sector oleícola. Análisis de cartera.
- Segmentación, selección de mercado meta y posicionamiento.
- La importancia del comportamiento del consumidor. Taller de experiencias en estudios sobre el comportamiento del consumidor.
- El posicionamiento de Castillo de Canena.

- Materia 2: Decisiones estratégicas sobre la oferta comercial. 5 ECTS.

- Estrategias para alcanzar ventajas competitivas en el sector oleícola: reducción de costes y diferenciación.
- Los atributos de los aceites de oliva como fuentes de diferenciación: intrínsecos, extrínsecos y ocultos.
- Las decisiones sobre el envase y el valor de marca en la estrategia de posicionamiento.
- Generación de valor en la oferta oleícola.
- Creación de marca: proceso para el posicionamiento y uso de Internet (Web, e-commerce, redes sociales, etc.).
- Taller de experiencias sobre diferenciación: DOP de Jerez-Xérèz-Sherry, Hacienda Queyles y Oro Bailén.
- Normativa legal sobre comercialización de los aceites de oliva: envasado, etiquetado, gestión de marcas y figuras de calidad (DOP/IGP).

- Materia 3: Decisiones estratégicas sobre distribución, precio y comunicación. 9 ECTS.

Distribución comercial

- Gestión de la distribución comercial: la distribución en el sector de los aceites de oliva.
- Estrategias de distribución en el sector de los aceites de oliva.

- Marco jurídico de la comercialización de los aceites de oliva (I). Cuestión previa: naturaleza jurídica del contrato (¿civil o mercantil?). Especialidades y consecuencias.
- Marco jurídico de la comercialización de los aceites de oliva (II). Tipología de contratos (venta directa, venta a granel, venta a futuros, contratos de distribución (marca propia o marca ajena), contratos de agencia, comisión y corretaje).
- Marco jurídico de la comercialización de los aceites de oliva (III). Controles administrativos sobre la circulación de los aceites de oliva: la trazabilidad.
- Riesgos derivados de la comercialización de los aceites de oliva: fluctuaciones del precio, impago del precio y pérdida de la cosa. Seguros.
- Mercados prioritarios para la exportación de aceites de oliva.
- Experiencias. Instrumentos de apoyo a la internacionalización. ICEX y EXTENDA.
- Barreras jurídicas al comercio internacional: etiquetado, exclusivas de marca y figuras de calidad (DOP/IGP).
- El contrato de compraventa internacional.
- Cuestiones litigiosas del comercio internacional: competencia y ley aplicable. Arbitraje.
- El contrato de seguro en el tráfico internacional. Coberturas: tipos cambio, pérdida de la cosa, retraso en la entrega, etc.
- El contrato de transporte (modalidades).
- Experiencias empresariales: Manzanilla Olive, S. Coop. And. y Aires de Jaén.

Precios

- Gestión de precios: factores determinantes y objetivos en la política de fijación de precios.
- Modelos de fijación de precios.
- Estrategias de precios en el sector oleícola.
- Análisis de la normativa reguladora en la fijación de precios: Ley de defensa de la competencia, Ley de Ordenación de Comercio Minorista y Ley de Competencia Desleal.

Comunicación comercial

- Gestión de la comunicación.
- Instrumentos de comunicación: publicidad, promoción de ventas, gestión de la fuerza de venta, redes sociales, Internet.
- Estrategias de comunicación en el sector de los aceites de oliva.
- Actos desleales ligados a la comunicación comercial. Reacciones. Consecuencias jurídicas.
- Régimen jurídico estatal y comunitario en materia de publicidad comercial. Sistema de autocontrol de la publicidad.

- Materia 4: Estrategias de internacionalización. 6 ECTS.

- Estrategias de internacionalización: causas, barreras, formas de entrada y plan de internacionalización

- Materia 5: Comercio de los aceites de oliva y economía digital. 5 ECTS.

- Principales herramientas de comercio electrónico. Situación del comercio electrónico en el sector oleícola. Internet y la empresa exportadora. El uso de las herramientas Google.
- Interrogantes logísticos en la venta por Internet.
- Aplicación de las redes sociales en el sector oleícola.
- La publicidad electrónica: régimen jurídico.
- La contratación telemática.
- Taller de experiencias. Community Manager en el sector oleícola, uso y gestión de redes sociales, modelos de negocio apoyados en las redes sociales y casos de éxito de venta o plataforma electrónica.
- Registro de nombres de dominio: limitaciones y resoluciones de conflictos de nombres de dominio.

PROFESORADO

Álvaro Olavarría Govantes. Gerente de Oleostepa, S.C.A. (Estepa, Sevilla).

Ángel Martínez Gutiérrez. Catedrático de la Universidad de Jaén.

Anxo Tato Plaza. Catedrático de la Universidad de Vigo.

Encarnación Moral Pajares. Profesora Titular de la Universidad de Jaén.

Enrique Bernal Jurado. Profesor Titular de la Universidad de Jaén.

Enrique Moreno Porriño. Gerente del Estudio Cabello & Mure (Úbeda, Jaén).

Eva María Murgado Armenteros. Profesora Titular de la Universidad de Jaén.

Francisco José Torres Ruiz. Profesor Titular de la Universidad de Jaén.

Isabel López-Arenas Fernández. Jefa del Sector de Promoción de Exportaciones del ICEX.

Jesús Martín Serrano. Profesor Colaborador de la Universidad de Jaén.

José Luis García Melgarejo. Gerente de Olivar de Segura, S.C.A. (Puente de Génave, Jaén).

Juan Antonio Parrilla González. Director comercial de Picualia, S.C.A. (Bailén, Jaén).

Juan Gadeo Parras. Presidente de Oleocampo, S.C.A. (Torredelcampo, Jaén), Interóleo, S.A. (Mengíbar, Jaén), y Citoliva (Mengíbar, Jaén).

Juan Luis Pulido Begines. Abogado (Cádiz).

Juan Vilar Hernández. Consultor estratégico.

Manuel Parras Rosa. Catedrático de la Universidad de Jaén.

Manuela Vega Zamora. Profesora Contratada Doctora de la Universidad de Jaén.

María Gutiérrez Salcedo. Profesora Contratada Doctora de la Universidad de Jaén.

María Victoria Petit Lavall. Catedrática de la Universidad Jaume I de Castellón.

Mariano López Benítez. Catedrático de la Universidad de Córdoba.

Pablo Leira Couderc. Jefe del Dpto. Agroalimentario, Área de Promoción y Red Exterior, de Extenda.

Rosa Vañó Cañadas. Directora comercial de Aceites Castillo de Canena (Canena, Jaén).

Trinidad Vázquez Ruano. Profesora Contratada Doctora de la Universidad de Jaén.

Además, intervendrán representantes entre otras de las siguientes empresas: DOP de Jerez-Xérèz-Sherry, Hacienda Queyles, Oro Bailén, Manzanilla Olive, S.C.A., Aires de Jaén.

RESIDENCIA

La Sede Antonio Machado cuenta con servicio de Residencia Universitaria. Aquellas personas que deseen hacer uso de la misma deberán dirigirse a la residencia en la dirección **residencia.baeza@unia.es**

Entidad/es colaboradoras

CAJA RURAL DE JAÉN

DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE JAÉN

LEGAL LABEL YOUR SECURITY



INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN



Universidad Internacional de Andalucía. Sede Antonio Machado de Baeza, Palacio de Jabalquinto. Plaza de Santa Cruz s/n 23440 Baeza Jaén Telf.: (0034) 953 74 27 75 baeza@unia.es - www.unia.es