

## **Las bodegas españolas buscan talento para su expansión internacional**

**Según la consultora española Catenon expandir el negocio, crecer en ventas y ofrecer productos de calidad al resto del mundo es el nuevo enfoque en el que se está posicionando el sector vitivinícola. El objetivo debe ser diferenciarse de los otros productores internacionales sobre la base de la calidad, la innovación, el prestigio y la imagen de marca, tanto de las bodegas como de sus productos**

La internacionalización de las bodegas españolas se ha convertido en un elemento clave para su éxito comercial y, a veces, para su supervivencia, según la consultora Catenon. Expandir el negocio, crecer en ventas y ofrecer productos de calidad (tan valorados) al resto del mundo, es el nuevo enfoque en el que se está posicionando el sector vitivinícola.

Esta estrategia empresarial hacia la internacionalización ha pasado de ser la excepción a la norma, y en los últimos años, las bodegas del país han visto en el mercado internacional una opción necesaria para su éxito.

Según Catenon, para que estas iniciativas sean exitosas hay que tener un profundo conocimiento de los distintos mercados en diferentes continentes y contar con el talento que les guíe en esta estrategia. Expertos con conocimiento y que implanten las fases este proceso de internacionalización, desde la elección del mercado a la manera de "aterrizar" en él, son clave. Por lo tanto, la elección de profesionales conocedores del producto y de sus canales de distribución y venta (incluido el digital), es fundamental para que lleven al sector al lugar que le corresponde del mundo.

En la mayoría de los casos, hasta ahora la aventura internacional de alguna de las bodegas españolas se ha basado más en la cantidad que en la calidad. "Una estrategia cortoplacista, señala Laura Urue, FMCG & Digital Director de Catenon, ya que lo verdaderamente importante es situar a los vinos españoles en lo más alto, y posicionar la marca con prestigio, llegando a los principales rankings del mundo del vino. El objetivo debe ser diferenciarse de los otros productores internacionales sobre la base de la calidad, el prestigio y la imagen de marca, tanto de las bodegas como de los productos españoles. Un proceso que requiere profesionales cualificados con una gran formación internacional y con experiencia contrastada. Hay que buscar un talento que diferencie e introduzca el producto en el mercado a través del canal adecuado, incluido el digital, garantizando el éxito".

Las cifras muestran la tendencia de diversificación de mercados que está experimentando la exportación de vino español, con Estados Unidos como el primer mercado destino (395,99 M€), seguido por Alemania (385 M€) y Reino Unido (313,78 M€), país que está disminuyendo en exportaciones, pero que sigue ocupando uno de los lugares más importantes en la lista de destinos.

También destaca la gran proyección de mercados como Suiza, México, Japón y Corea del Sur. En el caso de Suiza, es el país europeo donde se vende el litro a mayor precio y donde más valor tiene cada

litro de vino español. En México, España se ha posicionado como el primer país exportador de vino, aumentando sus exportaciones casi un 60%. En el caso de los países asiáticos, se prevé un crecimiento significativo de exportaciones en 2023, si bien China va a tener crecimientos más lentos en el tiempo.

En España, hay más de 4.500 bodegas, de las cuales 2.100 han exportado en los últimos 4 años, y más de 1.000 cuentan con una facturación en el exterior superior a los 50.000 euros. España es el primer exportador mundial en volumen, con algo más de 23,5 millones de hectólitros vendidos en el exterior en 2021, y se sitúa entre los tres mayores exportadores del mundo en valor, con algo más de 2.900 millones de euros facturados en los mercados internacionales en este mismo año.

Cristina García, HR Director de Freixenet, señala: "nuestra experiencia en los mercados internacionales ha ido evolucionando, y en consecuencia, las necesidades vinculadas al desarrollo y crecimiento de las personas. En los últimos años, y tras décadas de liderazgo internacional con comercialización en más de 150 países, podemos decir que somos una empresa global con más 30 filiales establecidas en todo el mundo. Es decir, hemos pasado de ser una empresa líder exportadora, a una empresa con mindset global en la que la gestión del talento va más allá de la selección de perfiles clave, y se centra en acompañar a las personas en cada una de las fases de su ciclo profesional y personal con la creación de programas de desarrollo específicos, digitalización, movilidad, experiencias de intercambio y de polivalencia y la posibilidad de disfrutar de una carrera profesional internacional".

En ese sentido, el acompañamiento de Catenon es fundamental para impulsar esta transformación. "Para ello, hemos trabajado conjuntamente en la integración de nuestros valores culturales en los procesos de selección, de tal forma que se produzca un 'match' entre nuestra cultura y las expectativas y forma de ser de las candidaturas fomentando el empoderamiento, la curiosidad y el aprendizaje, la orientación al consumidor, y por supuesto, la celebración de los pequeños y grandes momentos".

**Datos de contacto:**

María Guijarro  
622 83 67 02

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>