



Cámara  
Costarricense  
de la Industria  
Alimentaria

# MEJORES NEGOCIOS CON EL RETAIL 2018

# PROGRAMA 2018

La Declaración de Buenas Prácticas Comerciales dentro del modelo de negociación

01 MARZO

Construcción de un plan estratégico para el manejo comercial de la empresa.

13 MARZO

Filosofía de Cuenta Clave (CC): ¿amigos o enemigos? - Depende de usted

17 ABRIL

Estrategia de Segmentación de Canales

15 MAYO

Estrategia de Descuentos y Precios (Price Revenue Management)

12 JUNIO

Filosofía de Trade Marketing

17 JULIO

Merchandising

21 AGOSTO

Seminarios tipo taller que se desarrollan en las instalaciones de CACIA, de 4 ó 5 horas, un día al mes, impartidos por el asesor experto Henry Zúñiga.

- **Inversión individual:** ₡40.000 / conferencia
- **Inversión paquete completo:** ₡35.000 / conferencia
- **Inscripciones:** [capacitacion@cacia.org](mailto:capacitacion@cacia.org)



**Henry Zúñiga:** Licenciado en Comercio, Finanzas y Mercadeo de la UCR. Fue Gte de Trade Marketing de Unilever Bestfoods C.A, Gte Comercial Cervecería C.R y Director de Pepsico para C.R. Es Presidente de 4Drinks S.A y Consultor para Stein y Aspen en lanzamiento de las marcas y negocio de Cofal y Leche de Magnesia Phillips para la región y el caribe, Spoon, Industrias DaDa, Coopeliberia. Es capacitador nacional e internacional de estrategia comercial para CACIA, Roche, Abbott, Fundes, Aeris, One Stop Search, UCR, entre otras. Es Profesor del curso independiente de Negociación. Más de 25 años en desarrollo de estrategia comercial: Home Care, Personal Care, Foods, Bebidas en Centro y Sur América y EEUU, negociando con clientes de Retail como WalMart, Carrefour y otras. Especialista en la filosofía de Trade Marketing. Fue responsable del lanzamiento en CA de marcas como Dove, Sedal, AXE, Hellmann's, Knorr, Rexona, Ponds, Xedex, Rinso, Imperial Silver, Adrenaline, Gatorade, H2O, Smirnoff, Lux, Rinso, Cofal, Leche de Magnesia Phillips entre otras.

# La Declaración de Buenas Prácticas Comerciales dentro de su modelo de negociación comercial

01 MARZO  
09:00 - 12:00  
CACIA



1

Conozca el contenido del Código de Buenas Prácticas Comerciales y a utilizarlo en el momento oportuno, para lograr negociaciones más transparentes y rentables con sus clientes detallistas.



2

Aprenda a interpretar situaciones particulares de su relación comercial con el detallista que pueden ser contrarias a las buenas prácticas y a la legislación en materia de competencia.



3

Comprenda el racional estratégico del detallista, ¿por qué actúa así?, construya relaciones positivas de largo plazo y prevenga situaciones amenazantes, con políticas sanas para todo el mercado.

13 MAR | 08:30 - 12:30 | CACIA

# CONSTRUCCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO

Una empresa sin un plan estratégico no sabe para donde, va ni porqué está destinada al fracaso.

Desarrollaremos una guía para la construcción de un plan estratégico, aplicando los principales pilares que toda empresa debe tener desde el inicio de su operación.

- Diagnóstico del mercado con el "go to market"
- **Análisis de marca producto:** Mercado meta, compradores, quien me compra, quien me consume, credenciales,
- **Pilares que construyen marca:** innovación, visión, misión, cuál es el valor percibido deseado en el mercado.
- **Pilares de volumen:** Building blocks, skus, canales, categorías, temporadas, etc.
- **Pilares de rentabilidad:** Utilidades, rentabilidad por categoría, margen de distribuidores, costo distribución, precios entre canales, precios al consumidor final
- **Pilares de servicio:** Departamentos de ventas, trade, marketin, KPI de medición, remuneraciones, capacitaciones, segmentación de clientes
- **Estrategia de comercialización:** Planes de inversión, de volumen, de crecimiento, estrategia de descuentos promocionales
- **Pilares de competencia**
- **Hilo conductor de un plan comercial**

# Filosofía de Cuenta Clave (CC): ¿amigos o enemigos?

17 ABR | 08:30 - 12:30 | CACIA

Una nueva forma para comprender la estructura del negocio y del cliente que debo cuidar. ¿Cómo comprender el 80/20 en mi portafolio de clientes? y ¿cómo construir una estrategia para su gestión exitosa?

## Depende de usted!!!

- CC como un filosofía de trabajo
- Razones de un negocio y un proveedor para trabajar bajo una filosofía de CC
- Retos de trabajar bajo la filosofía de cuenta clave
- Dinámica de trabajo con una CC
- Creando valor bajo la filosogía de CC
- Definición de una CC
- Desarrollo de una CC y el plan de negocios para la CC

# Estrategia de Segmentación de Canales

**15 MAY | 08:30 - 12:30 | CACIA**

La ausencia de una estrategia de segmentación de canales es demasiado cara. ¿Cómo mejorar la rentabilidad de su negocio mejorando la gestión de canales? ¿Cómo simplificar la manera que vamos al mercado (go to market) basado en una estrategia de segmentación de canales?



- Disciplina de la segmentación.
- Porqué la segmentación?
- Segmentos de mercado.
- Beneficios de la segmentación.
- Variables y características de la segmentación.
- Objetivos de la segmentación.
- Comercialización basada en la segmentación.
- Estrategia de la segmentación.
- Proceso de segmentación.

# PRECIOS: Estrategia del Price Revenue Management-PRM

- Cómo generar ingresos a través del PRM?
- Qué involucra una estrategia de PRM?
- Cuales son los retos?
- Estrategia para el establecimiento de PRM
- La administración del PRM
- La dinámica comercial dentro de una estrategia de PRM
- Casos prácticos

## DESCUENTOS

- Cómo la estrategia de descuento + servicio = lealtad?
- El descuento entró en la ecuación de valor para el cliente
- Estrategia de descuento de acuerdo al posicionamiento de la marca.
- El árbol de decisiones como base para la estrategia de descuentos.
- Estableciendo la estrategia de descuento
- Diferentes dinámicas de estrategia de descuento
- Cómo trabajar con el descuento en la estrategia EDLP?



Prepárese para administrar correctamente su estrategia de precios y descuentos para mantener la armonía entre canales y clientes.

Estrategia de Precios y Descuentos

12 JUN | 08:30 - 12:30 | CACIA

Hoy el canal es quien tiene el poder para llegar al consumidor final. Aprenda a ejecutar efectivamente las estrategias comerciales para cada canal. Reduzca dependencia entre canales, mejore la rentabilidad en el proceso comercial, genere lealtad en los clientes, genere volumen y simplifique su proceso comercial.

# Filosofía de Trade Marketing-TMK

**17 JUL | 08:30 - 12:30 | CACIA**

- Objetivos y estrategias de la filosofía TMK.
- Pilares de la filosofía TMK.
- Cómo evoluciona la filosofía TMK en el tiempo
- TMK en la cadena de valor.
- Funciones de las diferentes áreas a través de la filosofía TMK.
- Posibles opciones de estructuras de TMK.
- Plan de trabajo bajo la filosofía de TMK:  
Framework estratégico, Objetivos, Modelos de inversión, Dinámica 361, Dinámicas comerciales (volumen, ejecución, construcción de lealtad y de marca)
- Trade aplicado



# MERCHANDISING

21 AGO | 08:30 - 12:30 | CACIA



El único punto de contacto del fabricante con su consumidor final, es en el punto de venta. No desaproveche oportunidades: Conozca los factores clave para una estrategia exitosa de crecimiento en ventas a través de la filosofía del Merchandising.



- Qué es el merchandising
- Cuál es su función principal
- Aspectos que debe trabajar el merchandising
- Finalidades del Merchandising
- Merchandising en función del cliente
- La comunicación en el punto de venta
- Los materiales en los puntos de venta
- Segmentación en el merchandising
- Excelencia en la ejecución del merchandising
- Planogramas
- Estrategia correcta, aplicación, exhibiciones, tipos de bloques de marca en góndola