

La internacionalización on line, contenido de un nuevo curso de 'Tierra de Sabor'

La marca 'Tierra de Sabor', creada para distinguir los productos agroalimentarios de calidad con origen en Castilla y León, ha organizado un nuevo curso de formación al que han asistido 38 representantes de 34 empresas, todas ellas adheridas al distintivo de garantía creado por la Consejería de Agricultura y Ganadería. Bajo el título 'Internacionalización Online de Alimentos y Bebidas', el curso ha tenido lugar en las instalaciones del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León en Valladolid.

1 de diciembre de 2013

Castilla y León | [Consejería de Agricultura y Ganadería](#)

La internacionalización constituye en la actualidad una estrategia necesaria para el futuro de las empresas que pertenecen al sector agroalimentario y de gran consumo. El análisis de las oportunidades que ofrecen otros mercados, de las tendencias de consumo que se dan en los países de referencia así como analizar a los competidores y estudiar las estrategias de internacionalización de las grandes marcas son los pasos previos que toda empresa ha de dar antes de desarrollar su propio plan de internacionalización.

Este análisis profundo permitirá determinar qué acciones van a ser más efectivas para estar presente en los principales mercados mundiales. Estos planteamientos, unidos a la utilización del canal on line, que se ha convertido en una herramienta muy útil y económica para alcanzar estos objetivos, han sido el contenido principal del curso que ha organizado 'Tierra de Sabor' en colaboración con la empresa Xternaliza Marketing Online y la revista Marketing4Food. El curso ha sido impartido por Eduardo Martínez, que acumula una dilatada experiencia profesional en el sector del marketing on line en el sector alimentario.

En esta jornada han participado 38 profesionales pertenecientes a 34 empresas adheridas a 'Tierra de Sabor', la mayor parte de ellos ocupan puestos de responsabilidad en el área comercial, de marketing, internacional o en la gerencia. Los sectores más representados en el curso han sido el vitivinícola con un 37% y el cárnico con un 31% de los asistentes.

Formación

Este nuevo curso que ha promovido el distintivo creado por la Consejería de Agricultura y Ganadería para los productos agroalimentarios de calidad con origen en Castilla y León se suma a los 13 cursos formativos que ha organizado la marca y a los dos seminarios internacionales que se han desarrollado.

Los profesionales de las empresas adheridas a 'Tierra de Sabor' han tenido la oportunidad de mejorar su capacitación profesional en ámbitos como la exportación, el conocimiento estratégico y la comercialización en estos cursos formativos. Los seminarios celebrados en Reino Unido y Nueva York han permitido a las industrias agroalimentarias de la Comunidad conocer las mejores prácticas en los puntos de venta de alimentación y adquirir conocimientos válidos para operar de acuerdo a las nuevas tendencias y las exigencias de los clientes de otros países.

Campaña en redes sociales

Con motivo de la nueva campaña de comunicación de 'Tierra de Sabor', que protagoniza Leo Harlem, se está llevando a cabo una importante acción a través de redes sociales y plataformas como WhatsApp o Line.

Esta iniciativa permite incrementar el número de impactos y hacer partícipes de la campaña a las empresas adheridas a la enseña del corazón amarillo al convertirse también en emisores del mensaje.

Se adjunta fotografía del curso

Junta de Castilla y León