

Curso de Formación Permanente

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DEL SECTOR DISTRIBUIDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTACIÓN

Bonificable FUNDAE



150 HORAS



ONLINE



SIN TITULACIÓN PREVIA



PROFESIONALES Y DIRECTIVOS



EMPREENDEDORES y AUTÓNOMOS



6 CRÉDITOS UNIVERSITARIOS ECTS



Aprenderás cómo aplicar herramientas de gestión empresarial diseñadas para la realidad diaria de una distribuidora del sector

Univermy Formación, S.L. imparte formación bonificada de alta especialización multisectorial. Mantenemos Convenio de Colaboración de Enseñanzas Propias con diversas universidades españolas e internacionales.
Inscrita en el Registro Estatal de Entidades de Formación.

ACCEDE A TODOS LOS CURSOS ONLINE CON ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA EN UNIVERMY.COM



CONTACTA

+34 919 93 21 61

contacto@univermy.com
univermy.com

INFORMACIÓN GENERAL

Gestión pensada para la realidad de una distribuidora

Univermy Formación, en colaboración con la UEMC, ha diseñado este programa para responder a las necesidades específicas de las empresas distribuidoras de bebidas y alimentación. Su objetivo es sistematizar y elevar las competencias de gestión en finanzas, compras, logística, comercial, administración, personas, digitalización y estrategia.



Datos clave

DURACIÓN	150 horas
MODALIDAD	100% online, con tutorías programadas
ACREDITACIÓN	Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)
CRÉDITOS	6 ECTS
PROGRAMA	10 módulos temáticos · 22 unidades didácticas
RITMO PREVISTO	4 meses · aproximadamente 7-8 horas semanales
ACCESO	Sin titulación universitaria previa

¿A quién va dirigido?

Directivos y gerentes de distribuidoras de bebidas y alimentación; gestores y responsables comerciales, de compras, administración, almacén y logística; mandos intermedios que necesitan una visión global del negocio; emprendedores y autónomos del sector; y profesionales que quieran actualizar sus conocimientos.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Qué aporta el programa

Profesionaliza la toma de decisiones comerciales, financieras, logísticas y organizativas y amplía la visión y el horizonte del negocio mediante herramientas y estrategias específicas del sector.

El programa proyecta la gestión empresarial a la operativa real de las distribuidoras de bebidas y alimentación: rentabilidad, compras, ventas, logística, personas, digitalización y estrategia.



Cinco objetivos clave

01

Decidir con datos

Analizar rentabilidad, tesorería, ventas, stock y operaciones mediante indicadores y cuadros de mando que permitan fundamentar las decisiones de gestión.

02

Anticipar desviaciones

Detectar a tiempo desviaciones financieras, comerciales, logísticas y de stock, estableciendo alertas y medidas correctoras antes de que afecten al negocio.

03

Coordinar áreas clave

Integrar compras, ventas, administración, almacén, reparto y equipo humano para mejorar la eficiencia operativa, la coordinación interna y el servicio al cliente.

04

Crecer con rentabilidad

Evaluar clientes, productos, canales, zonas y nuevas oportunidades de negocio para impulsar un crecimiento sostenible sin erosionar los márgenes.

05

Construir visión estratégica

Analizar el posicionamiento competitivo, fijar objetivos y convertirlos en un plan estratégico con indicadores, responsables y seguimiento.

PROGRAMA ACADÉMICO

1 Estructura, organización y modelo de negocio en distribución

10 h

Gestión Empresarial

Una distribuidora con experiencia tiene un modelo de negocio probado. Este módulo aporta la visión estructurada y el lenguaje de gestión que permite comunicarlo, replicarlo y mejorarlo.

UD1. El modelo de negocio distribuidor: análisis y optimización

- Análisis del modelo de distribución exclusiva frente a distribución multimarca.
- Estructura jurídica óptima según volumen: SL, SA y holding familiar.
- Organigrama funcional de una distribuidora de referencia regional.
- Indicadores de eficiencia organizativa: facturación por empleado, pedidos por comercial, entregas por ruta.
- Gestión del cambio generacional en la empresa familiar distribuidora.



CASO PRÁCTICO

Análisis DAFO del modelo de negocio de una empresa distribuidora: fortalezas estructurales, cuellos de botella operativos y oportunidades de optimización.

UD2. Marco regulatorio avanzado del sector

- Regulación de la distribución de bebidas alcohólicas en España: licencias, registros y obligaciones.
- Impuesto Especial sobre el Alcohol (IIEE): gestión avanzada para distribuidores.
- Normativa sanitaria en distribución de alimentación y bebidas.
- Contratos de distribución exclusiva: cláusulas clave y protección territorial.

CASO PRÁCTICO

Revisión del mapa de obligaciones legales y licencias de una empresa distribuidora, identificando posibles gaps y oportunidades de mejora regulatoria.

PROGRAMA ACADÉMICO

2 Gestión económica y financiera avanzada para distribuidoras

20 h

Finanzas

La experiencia financiera acumulada en el negocio se convierte en herramienta de gestión sistemática: cuadros de mando, análisis de rentabilidad y control de tesorería de precisión.

UD1. Análisis de rentabilidad por producto, cliente y canal

- Cuenta de resultados analítica por línea de negocio: vinos, licores, alimentación.
- Cálculo de margen de contribución por referencia y por familia.
- Rentabilidad real por cliente: más allá del volumen, el margen neto.
- Análisis de rentabilidad por ruta y por zona geográfica.
- Clientes ancla vs. clientes problemáticos: criterios de decisión.



CASO PRÁCTICO

Construcción de una matriz de rentabilidad con las principales referencias del catálogo, identificando las 10 referencias con mayor y menor margen real.

UD2. Tesorería, financiación y gestión del circulante

- Control de tesorería en distribución: cobros de hostelería y pagos a bodegas.
- Gestión del fondo de maniobra en una distribuidora estacional.
- Financiación del circulante: líneas de crédito, confirming y factoring.
- Análisis de solvencia y endeudamiento: ratios clave.
- Presupuesto anual y seguimiento mensual de desviaciones.

CASO PRÁCTICO

Elaboración de un cuadro de mando financiero mensual adaptado a la estacionalidad del negocio de bebidas: Navidad, verano y vendimia.

UD3. Fiscalidad avanzada del distribuidor

- IVA en distribución: tipos aplicables, gestión de deducciones y devoluciones.
- Impuesto de Sociedades: planificación fiscal básica para la distribuidora.
- El IIEE en la práctica: declaraciones, garantías y gestión de depósitos fiscales.
- Operaciones con no residentes: importaciones de vinos y licores.
- Relación con la Agencia Tributaria: inspecciones y procedimientos habituales en el sector.

CASO PRÁCTICO

Simulación del ciclo fiscal anual de una distribuidora de bebidas: calendario de obligaciones, documentación requerida y optimización de la carga fiscal.

PROGRAMA ACADÉMICO

3 Gestión estratégica de compras, proveedores y exclusividades

15 h

Compras y Proveedores

Las relaciones con bodegas, importadores y fabricantes son el núcleo competitivo de una gran distribuidora. Este módulo eleva esas relaciones al nivel de gestión estratégica.



UD1. Estrategia de compras y gestión de exclusividades

- Construcción de una cartera de proveedores equilibrada: exclusivas, marcas propias y complementarios.
- Negociación avanzada con bodegas nacionales e importadores internacionales.
- Contratos de distribución exclusiva: condiciones, mínimos de compra y protección territorial.
- Gestión de rappels, bonificaciones por objetivos y acuerdos de colaboración.
- Estrategia ante la entrada de nuevos competidores en el territorio.

CASO PRÁCTICO

Simulación de negociación de renovación de contrato de exclusiva con una bodega de referencia: preparación de argumentario, contrapropuestas y cierre.



UD2. Gestión de stock, rotación y previsión de demanda

- Métodos de previsión de demanda en distribución de bebidas: estacionalidad y campañas.
- Control de stock óptimo por referencia: punto de reorden y stock de seguridad.
- Gestión de referencias de baja rotación y productos con fecha de caducidad.
- Gestión de novedades y lanzamientos: cómo introducir una nueva marca en la cartera.
- Indicadores de gestión de compras: rotación, cobertura y tasa de servicio del proveedor.

CASO PRÁCTICO

Diseño de un sistema de control de stock para las 50 referencias de mayor rotación, con alertas de reposición y análisis de estacionalidad.

PROGRAMA ACADÉMICO

4 Gestión comercial avanzada y desarrollo de cartera HORECA 20 h

Comercial

Una distribuidora referente no solo gestiona su cartera: la desarrolla activamente. El módulo aborda estrategia de precios, grandes cuentas, fidelización y control del equipo comercial.

UD1. Estrategia comercial y política de precios

- Segmentación avanzada de la cartera: grandes cuentas, cuentas clave y long tail.
- Política de precios diferenciada por canal, volumen y cliente.
- Gestión de tarifas, descuentos y condiciones especiales sin erosionar el margen.
- Análisis de la competencia en distribución regional: posicionamiento y diferenciación.
- Estrategia de crecimiento: nuevas zonas, nuevos canales y nuevos segmentos.



CASO PRÁCTICO

Construcción de una política de precios por segmento de cliente aplicada al catálogo: tarifa base, condiciones por volumen y descuentos máximos autorizados.

UD2. Gestión de grandes cuentas y fidelización

- Gestión de cuentas clave en hostelería: hoteles, grupos de restauración y cadenas.
- Planes de cuenta: objetivos, acciones y seguimiento por cliente estratégico.
- Herramientas de fidelización en distribución B2B: más allá del precio.
- Gestión de reclamaciones e incidencias en cuentas importantes.
- Cómo convertir clientes de volumen en clientes de valor.

CASO PRÁCTICO

Elaboración de un plan de cuenta para cinco clientes estratégicos: análisis de potencial, objetivos de crecimiento y acciones de fidelización.

UD3. Gestión del equipo comercial y control de resultados

- Organización y dimensionamiento del equipo comercial por zonas.
- Objetivos, incentivos y sistemas de remuneración variable en distribución.
- Herramientas de seguimiento: CRM, informes de visita y control de actividad.
- Análisis de resultados comerciales: cuadro de mando del equipo de ventas.
- Formación continua del equipo comercial en producto y técnicas de venta.

CASO PRÁCTICO

Diseño de un sistema de objetivos e incentivos para un equipo comercial, con cuadro de mando de seguimiento mensual por comercial y zona.

PROGRAMA ACADÉMICO

5 Logística, almacén y optimización de la cadena de distribución

15 h

Logística

La logística es la ventaja competitiva silenciosa de una gran distribuidora. El módulo optimiza cada eslabón, desde la recepción en almacén hasta la entrega al punto de consumo.



UD1. Gestión avanzada del almacén de bebidas

- Diseño y organización del almacén: layout óptimo para distribución de bebidas.
- Gestión de la cadena de frío: vinos, cervezas y productos sensibles a la temperatura.
- Trazabilidad de lotes: obligaciones legales y sistemas de control en alimentación.
- KPIs de almacén: eficiencia de picking, tasa de error y coste por pedido.
- Gestión de devoluciones, mermas y productos dañados.

CASO PRÁCTICO

Auditoría de eficiencia de un almacén: análisis del layout, identificación de mejoras y propuesta de indicadores de control.



UD2. Optimización de rutas y gestión de la flota

- Diseño de rutas óptimas de distribución: criterios y herramientas.
- Gestión de la flota: mantenimiento, coste por kilómetro y renovación.
- Planificación de cargas: maximizar el aprovechamiento del vehículo.
- Gestión de incidencias en reparto: protocolos y comunicación con el cliente.
- Sostenibilidad en logística: reducción de emisiones y eficiencia energética.

CASO PRÁCTICO

Rediseño de una ruta de reparto: reducción de kilómetros, optimización de la secuencia de entrega y cálculo del ahorro obtenido.

PROGRAMA ACADÉMICO

6 Administración, facturación y control de gestión 15 h

Administración

La administración eficiente sostiene una empresa de referencia. Este módulo profesionaliza los procesos administrativos y aporta herramientas de control de gestión de nivel directivo.

UD1. Procesos administrativos y facturación electrónica

- El ciclo administrativo optimizado: pedido, albarán, factura y cobro en el menor tiempo posible.
- Facturación electrónica obligatoria: plazos, sistemas y adaptación para distribuidoras.
- Gestión documental: archivo, trazabilidad y auditoría de documentos.
- Control de cobros y gestión de impagados en el canal hostelería.
- Indicadores administrativos: días de cobro medio, tasa de incidencias y coste administrativo.



CASO PRÁCTICO

Análisis y rediseño del ciclo pedido-cobro: cuellos de botella, mejoras y estimación del impacto en el periodo medio de cobro.

UD2. Control de gestión y cuadro de mando directivo

- El cuadro de mando integral adaptado a una distribuidora de bebidas.
- Indicadores clave por área: financiero, comercial, logístico y de personal.
- Sistemas de reporting: informes periódicos para la dirección.
- Análisis de desviaciones: cómo detectar problemas antes de que se agraven.
- Benchmarking sectorial: compararse con las mejores distribuidoras del sector.

CASO PRÁCTICO

Construcción de un cuadro de mando directivo con los 15 indicadores más relevantes, definición de umbrales de alerta y frecuencia de revisión.

PROGRAMA ACADÉMICO

7 Liderazgo, gestión de personas y desarrollo del equipo

10 h

Recursos Humanos

El equipo humano es uno de los principales activos de una empresa distribuidora. Este módulo aborda la gestión de personas desde el liderazgo efectivo y la profesionalización del equipo.



UD1. Liderazgo y gestión del equipo en la empresa distribuidora

- Estilos de liderazgo en la empresa familiar: cuándo dirigir y cuándo delegar.
- Gestión del equipo multigeneracional: veteranos y nuevas incorporaciones.
- Comunicación interna efectiva: reuniones de equipo, briefings y feedback.
- Resolución de conflictos en equipos comerciales y de reparto.
- El cambio generacional en la dirección: gestión de la transición.

CASO PRÁCTICO

Simulación de una reunión mensual de equipo comercial: presentación de resultados, gestión de una situación conflictiva y fijación de objetivos.

UD2. Gestión laboral y desarrollo del talento

- Tipos de contrato en distribución: comerciales, repartidores y personal de almacén.
- Sistemas de retribución variable: comisiones, incentivos y beneficios en especie.
- Formación continua del equipo: FUNDAE como herramienta estratégica de desarrollo.
- Retención del talento en la empresa familiar distribuidora.
- Prevención de riesgos laborales específicos en distribución y almacén.

CASO PRÁCTICO

Diseño de un plan de desarrollo para un equipo comercial: necesidades formativas, acciones propuestas y presupuesto FUNDAE estimado.

PROGRAMA ACADÉMICO

8

Digitalización, herramientas de gestión e inteligencia artificial

10 h

Digital

Las distribuidoras más competitivas ya utilizan herramientas digitales e IA para optimizar rutas, anticipar la demanda y gestionar clientes. Este módulo acerca esas herramientas a la empresa.

UD1. Digitalización de la distribuidora: ERP, CRM y gestión de pedidos

- El ERP en una distribuidora de bebidas: qué debe cubrir y cómo elegirlo.
- CRM para distribución B2B: gestión de clientes, visitas y oportunidades.
- Gestión de pedidos digital: de WhatsApp al sistema integrado.
- Catálogo digital y portal de cliente: ventajas competitivas en el canal HORECA.
- Integración entre sistemas: ERP, facturación electrónica

CASO PRÁCTICO

Evaluación de las herramientas digitales de una empresa distribuidora y elaboración de una hoja de ruta de digitalización: prioridades, inversión estimada y ROI esperado.



UD2. Inteligencia artificial aplicada a la distribución de bebidas

- IA para previsión de demanda: anticipar qué va a pedir cada cliente y cuándo.
- Optimización de rutas con IA: reducción de costes logísticos.
- Análisis de datos de ventas: detección de tendencias y oportunidades.
- Herramientas de IA para la gestión diaria: redacción, análisis y toma de decisiones.
- Casos reales de IA en distribución de bebidas en España

CASO PRÁCTICO

Aplicación práctica de IA para analizar datos de ventas: patrones estacionales, clientes con potencial y referencias con riesgo de pérdida.

PROGRAMA ACADÉMICO

9

El producto como ventaja competitiva: vinos, destilados y alimentación

15 h

Producto

El conocimiento profundo del producto diferencia a una distribuidora de referencia frente a operadores generalistas. El módulo convierte ese conocimiento en herramienta comercial.

UD1. Gestión estratégica del catálogo de productos

- Arquitectura del catálogo: marcas exclusivas, marcas propias y complementarios.
- Gestión del ciclo de vida del producto: introducción, madurez y declive.
- Análisis de la cartera con la matriz BCG: estrellas, vacas, interrogantes y perros en bebidas.
- Incorporación de nuevas referencias: criterios de selección y proceso de lanzamiento.
- Tendencias del mercado de bebidas en España 2025: sin alcohol, craft, sostenibilidad.

CASO PRÁCTICO

Análisis de una cartera de productos con la matriz BCG: clasificación de referencias, identificación de referencias a potenciar y propuesta de incorporaciones.



UD2. Conocimiento de producto y argumentario de ventas de alto nivel

- Denominaciones de Origen y categorías de vino: argumentario para el canal hostelería.
- Destilados y licores: categorías, procesos y posicionamiento de precio.
- Maridajes y recomendaciones para restauración: herramienta de valor añadido.
- Cómo construir un argumentario de ventas por referencia para el equipo comercial.
- Catas y eventos como herramienta comercial: planificación y rentabilización.

CASO PRÁCTICO

Elaboración del argumentario de ventas de 20 referencias estrella: ficha de producto, puntos de venta clave y objeciones frecuentes con sus respuestas.

PROGRAMA ACADÉMICO

10

Estrategia empresarial, crecimiento y plan de acción

20 h

Estrategia

El módulo final integra todo lo aprendido en una visión estratégica de alto nivel. La estrategia se convierte en la hoja de ruta para consolidar y liderar.



UD1. Análisis estratégico y posicionamiento competitivo

- Análisis del entorno competitivo en el sector de distribución de bebidas y alimentación.
- Análisis DAFO de alto nivel: fortalezas de una distribuidora referente y amenazas del sector.
- Las 5 fuerzas de Porter aplicadas al sector de distribución de bebidas.
- Posicionamiento estratégico: diferenciación, especialización y liderazgo en costes.
- Análisis de la cadena de valor: dónde se genera y dónde se destruye valor.

CASO PRÁCTICO

Análisis estratégico completo frente a competidores: posicionamiento actual, ventajas competitivas sostenibles y puntos de mejora prioritarios.

UD2. Nuevas oportunidades de negocio y diversificación

- Venta online B2B: portales de cliente y plataformas de pedido para hostelería.
- Expansión geográfica: criterios para entrar en nuevas provincias o regiones.
- Líneas de negocio complementarias: importación directa, marca propia y distribución gourmet.
- Enoturismo y experiencias: oportunidades para una distribuidora de referencia.
- Modelos de colaboración con otras distribuidoras: sinergias y acuerdos de reciprocidad

CASO PRÁCTICO

Evaluación de tres oportunidades de diversificación: viabilidad, inversión requerida, riesgo y potencial de retorno.

UD3. Plan estratégico y cuadro de mando de dirección

- Metodología para elaborar el plan estratégico de una distribuidora.
- Definición de objetivos estratégicos: financieros, comerciales, operativos y de personas.
- El cuadro de mando integral como herramienta de dirección estratégica.
- Gestión del cambio: cómo implantar una estrategia en una empresa con cultura consolidada.
- Seguimiento y revisión del plan estratégico: cadencia y responsables.

CASO PRÁCTICO

Elaboración del plan estratégico a tres años: misión, visión, objetivos por área, iniciativas clave y cuadro de mando. Trabajo integrador final del curso.

METODOLOGÍA

Formación online, práctica e interactiva

Campus Virtual Univermy · Contenidos SCORM · Casos aplicados · Tutorización · Acceso 24/7

El programa combina contenidos estructurados, actividades aplicadas y herramientas de gestión para trasladar de forma inmediata el aprendizaje al desempeño diario. La metodología prioriza el learning by doing: aprender aplicando procedimientos, herramientas y decisiones al propio modelo de negocio.



Online e interactivo

Unidades SCORM visuales e interactivas, navegación sencilla, objetivos claros, actividades de seguimiento y recursos progresivos.



Casos prácticos

Ejemplos, actividades y situaciones aplicadas al entorno profesional para trasladar los contenidos a decisiones y problemas reales de la empresa.



Tutorización

Acompañamiento durante la formación para resolver dudas, orientar el progreso y aprovechar al máximo el programa.



Acceso 24/7 multidispositivo

Campus disponible desde ordenador, tablet o móvil para avanzar con flexibilidad y compatibilizar la formación con la actividad profesional.



MATRÍCULA Y BONIFICACIÓN

Inversión y condiciones

1.450 €

VALOR DEL CURSO

Curso de Formación Permanente en Dirección y Gestión de Empresas del Sector Distribuidor de Bebidas y Alimentación.

50 €

TASA DE EXPEDICIÓN DEL DIPLOMA

Importe correspondiente a la tasa de expedición del diploma universitario por la UEMC.

Bonificación FUNDAE

La formación puede ser bonificable a través de FUNDAE, total o parcialmente, en función del crédito disponible de la empresa y del cumplimiento de los requisitos aplicables.



INFORMACIÓN Y MATRÍCULA



+34 919 93 21 61



contacto@univermy.com



univermy.com