

# FORMACIÓN VITIVINÍCOLA

## Carrera: Asesor en vinos orientada a la comercialización

### Objetivos

- Brindar las herramientas básicas para posibilitar la comprensión y desarrollo de los diferentes actores dentro de la industria.
- Obtener los conocimientos tanto técnicos como comerciales para interactuar.
- Desarrollarse en el área de marketing y/o comercialización de vinos.

### Perfil de los participantes

Este curso está dirigido a personal de bodegas, y toda persona interesada en obtener herramientas, tanto técnicas como comerciales para trabajar en la industria.

## Programa

### Primer Año

#### 1. Historia del Vino

Breve reseña histórica de la Vid y el Vino en el mundo. Llegada de la Vid a Chile. Características de la Vitis Vinífera. Origen de la vitivinicultura. Teorías. Historia de la elaboración. La Phylloxera.

#### 2. Viticultura

Fisiología de la Vid. Ciclo vegetativo. Factores Externos. Prácticas culturales en viñedos.

**Clima:** temperatura, precipitaciones, humedad, adversidades.

**Suelo:** profundidad, textura, estructura. Riego, potencial hídrico.

**Métodos de riego:** no presurizados, presurizados. Poda, objetivos y elementos de poda. Época de realización.

#### 3. Enología

Proceso y técnicas de elaboración de un vino blanco, tinto y rosado.

**Fermentación alcohólica:** controles y operaciones.

**Elaboración de espumantes:** métodos e influencia de la elaboración en los aromas. Clasificación de espumantes. Elaboración de vinos especiales. Clasificación. Ley general de vinos.

**Alteraciones del vino:** defectos y quebraduras. Detección a nivel sensorial

#### 4. Geografía Vitivinícola de Chile

Características generales. Clima, suelos, altitudes y terrenos.

**Regiones Vitivinícolas:** características geográficas, valles, hectáreas plantadas, viñas y enoturismo de cada región.

Actualidad de Chile Vitivinícola y datos relevantes de la industria.

#### 5. Geografía Vitivinícola Mundial

Ley de denominaciones de origen. Europa, zonas de producción y concepto de terroir. Vinos típicos de cada país.

**Viejo Mundo:** Francia, Italia, España, Portugal, Alemania, Europa del Este.

**Nuevo Mundo:** Chile, Uruguay, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Estados Unidos.

#### 6. Marketing Vitivinícola

Análisis del Mercado Interno. Problemática.

Características de la industria. Estrategias predominantes. Evolución. Qué es el Marketing.

Concepto. Marketing estratégico las 4 p.

La investigación y segmentación del mercado. Criterios de segmentación. Diferenciación. Posicionamiento.

Marca. Concepto. Principios del Marketing Táctico.

Ciclo de vida del producto. Publicidad – comunicación.



WINE INSTITUTE

# FORMACIÓN VITIVINÍCOLA

## 7. Comercialización

Distribución- Canales Comerciales. Definición de canal. Precios. Rol. Clasificación.  
On premise - Off premise. Aspectos generales.  
Estrategias de ventas. Planes comerciales. Negociación.  
Gestión comercial efectiva.

## 8. Comercio Internacional

El vino en un contexto global. Identidad de marca. Evolución y perspectiva de la demanda mundial de vinos. Inserción en los mercados. Búsqueda de importadores.

## 9. Comunicación Vitivinícola

Evolución de la comunicación de vinos a través del tiempo. Construcción de la imagen. Marca desde el punto de vista comunicacional. Pirámide. Acercamiento a los distintos medios. Ejemplo de campana de comunicación. Publicidad. Estrategias a implementar. Tipos.

## 10. Cata

Concepto de Cata. Estímulos, interacción entre ellos. Umbrales. Aspectos psicofisiológicos de la cata. Vocabulario de cata.  
**Fase visual:** atributos que se analizan, descripción de los colores del vino. Vinos efervescentes.  
**El Olfato:** caracterización del aroma. Metodología de cata. Clasificación de aromas.  
**Sabor y tacto:** sensaciones en boca. Evolución de las percepciones en boca. Armonía del vino. Equilibrio de sabores y olfatogustativos. Principales Cepajes.

## 11. Servicio del Vino

**Mise en Place:** elementos del servicio del vino. Pasos para servir un vino. Temperaturas de servicio. Secuencia correcta de servicio. Tipos de carta.  
**Elementos de un vino:** Botella, copas, cápsulas. Cata de vinos al momento del servicio. Defectos en el vino, qué hacer al encontrarlos. Servicio en restaurant.

## 12. Maridaje

Criterios para determinar la elección de un vino. El vino en un menú. Maridajes de vinos y comidas. Conocer el sabor que presentará el plato terminado al leer la receta. Criterios de selección del vino en función de las características del cliente. Con qué acompañar cada comida sin que el vino pierda protagonismo. Competencia de sabores.

## 13. Contabilidad

Interpretación de estados contables. Como analizar un balance general y un estado de resultado. Detectar las características de una inversión desde el punto de vista económico y financiero. Relación entre financiamiento, inversión y utilidades.

## 14. Evaluación de Proyecto

Concepto de proyecto. Actividad Económica. Formulación de un proyecto, pasos a seguir, viabilidad. Etapas y tipos de proyectos. Factores productivos. Beneficios y costos. Horizonte de evaluación. Principales indicadores de rentabilidad.