

PROGRAMA DE ESTUDIOS  
“INNOVACIÓN EN ENOLOGÍA Y ECONOMÍA DEL VINO”

---

**DÍAS Y HORARIOS:**

- 1er. Cuatrimestre: **2 de septiembre al 11 de diciembre de 2021**, jueves de 19 a 22 hs (16 clases), sábados alternados de 9 a 12 hs (8 clases)

- 2do. y 3er Cuatrimestres: **10 de marzo al 26 de noviembre de 2022**, jueves de 19 a 22 hs (36 clases), sábados alternados de 9 a 12 hs (13 clases)

DURACIÓN: 73 clases / 219 HS.

1. FUNDAMENTACIÓN

Nuestro programa es único en América Latina; encontrarás en él todas las herramientas, conocimientos y prácticas de negocios necesarias para lograr un alto impacto en tu carrera directiva y empresaria en el ámbito de las bebidas.

La industria del vino necesita de grandes profesionales que tengan herramientas para desarrollarse tanto en el campo de la vitivinicultura y enología, como en finanzas y economía a nivel local e internacional.

Iniciarás un camino de enriquecimiento y transformación personal y profesional que te entrenará para que puedas aprovechar tus oportunidades y potenciar tu futuro.

Nuestro programa permite a los estudiantes adquirir habilidades financieras y de gestión en la industria de las bebidas alcohólicas junto con un conocimiento teórico y práctico profundo de un entorno empresarial.

**Excelente cuerpo docente y dimensión internacional**

Los profesores y expertos internacionales tienen gran trayectoria, son profesionales activos en la industria del vino.

El CURSO DE POSGRADO: INNOVACIÓN EN ENOLOGÍA Y ECONOMÍA DEL VINO es un programa insignia creado por los docentes Ing. Agrónomo Marcelo Canatella, Enólogo Ramiro Balliro, Sommelier Internacional Juan de Dios Giacalone y la Lic. María Alejandra Bidaseca, bajo la supervisión del reconocido enólogo Michel Rolland.

En forma conjunta se ha realizado un importante trabajo de campo, con el fin de proporcionar el mejor contenido a los alumnos, profesorado y enfoque de enseñanza.

Esto permite a los estudiantes recibir una oportunidad única de aprender de maestros exitosos y adquirir experiencia sobre cómo lograr los mejores resultados en su campo.

## 2. DESTINATARIOS

Dirigido a estudiantes graduados y que se encuentran en los últimos niveles de la licenciatura, relacionados a la enología, agronomía, turismo, marketing, comunicación, comercio exterior y administración de empresas entre otras.

Gerentes de Pymes, Emprendedores, empresarios que aspiren a ser futuros líderes en esta dinámica industria global.

## 3. OBJETIVOS

- El alumno contará con una formación que le permitirá combinar conocimientos vitivinícolas y Enológicos.
- Conocer métodos de elaboración, diferentes estilos de vinos y su correcto servicio.
- Desarrollar capacidades sensoriales que permitan describir un vino desde un punto de vista organoléptico.
- Gestión de Negocio Nacional e Internacional.
- Management y Liderazgo.
- Comprender y manejar los conceptos y técnicas relacionados con la Identidad e Imagen Corporativa.
- Aprender a tomar decisiones de marketing basadas en el análisis de insights y actuar en mercados en permanente evolución.
- Análisis de los distintos canales de comercialización y sus requerimientos.
- Articulación con las herramientas para el fomento de las exportaciones.
- Manejo del equilibrio entre producción, demanda y rentabilidad.
- Aprenderás acerca de una correcta planificación de ventas que te permitirá llegar a los objetivos propuestos.
- Aprender a confeccionar un plan de negocios.

### 3. CAMPO LABORAL

Los graduados se convertirán en especialistas en la industria del vino, con los conocimientos necesarios para vender un producto tan único como es el vino.

Permitirá a los egresados ocupar diversas posiciones corporativas, así como también manejar la gestión de sus propias bodegas.

### 4. METODOLOGÍA

Los docentes con amplia trayectoria profesional brindarán a los participantes sólidos conceptos teóricos, y práctica vinculados a la enología, vitivinicultura y a la cata técnica de vinos de diferentes características y zonas geográficas.

Se presentarán técnicas y herramientas que permitirán a los participantes aplicarlas en el análisis, desarrollo de estrategias y en planes de acción en Negocios y/o Marketing.

### 5. PLAN DE ESTUDIO

#### **BLOQUE 1: VITICULTURA. ARGENTINA VITIVINÍCOLA. VINOS DEL MUNDO**

**CLASE 1.** INTRODUCCIÓN A LA VITICULTURA ORGÁNICA. La planta de vid.

**CLASE 2.** REGIÓN DE CUYO: Geografía vitivinícola de la zona. Mendoza, San Juan, La Rioja y San Luis. DOC Luján de Cuyo y DOC San Rafael. Conceptos básicos de análisis sensorial. Vino Chardonnay. CATA I. Vista. Los vinos de crianza. Cabernet Sauvignon.

**CLASE 3.** SISTEMAS DE CONDUCCIÓN. Ventajas y desventajas de cada uno para el manejo orgánico.

**CLASE 4.** REGIÓN NOROESTE: Geografía vitivinícola de la zona. Jujuy, Salta, Tucumán y Catamarca. CATA I. Aroma. Los diferentes aportes de la madera. Vino Pinot Noir. Gusto. Tacto. Vinos orgánicos y biodinámicos I. Vino Sauvignon Blanc.

**CLASE 5.** NOCIONES GENERALES DE FISIOLOGÍA. Etapas fenológicas.

**CLASE 6.** REGIÓN CENTRO. REGIÓN PATAGÓNICA. Geografía vitivinícola de la zona. Cepas principales: Pinot Noir, Merlot, Sauvignon Blanc y Riesling.

CATA I. Equilibrio. Armonía. Vinos orgánicos y biodinámicos II. Merlot. CATA II. Mecanismos de Cata. Diversas planillas de cata del mundo. Viognier.

**CLASE 7.** PODA. ATADURA. Mantenimiento de estructura.

**CLASE 8.** MARIDAJES. Concepto. Acuerdos clásicos, tradicionales y vanguardistas.

CATA I. Incorporar vocabulario técnico de la Cata profesional, vocablos enológicos y afines, para así ampliar el abanico de posibles combinaciones con el servicio y las presentaciones comerciales, catas dirigidas y degustaciones varias. Vino Syrah.

CATA II. Los aromas responsables de la tipicidad y la vinosidad. Vino Torrontés.

**CLASE 9.** LABOREO DE SUELO. Coberturas vegetales. Riego y Nutrición. Principales productos autorizados para la Viticultura orgánica.

**CLASE 10.** MARIDAJES. Cata II. Los defectos del vino. Malbec.

**CLASE 11.** PRINCIPALES ENFERMEDADES Y PLAGAS DE LA VID. Cronograma anual de pulverizaciones. Productos autorizados para la Viticultura orgánica.

**CLASE 12.** EL VINO Y EL LENGUAJE. Temperatura de servicio. Corchos. Accesorios. Armar la propia bodega. La importancia de lo BIO y las prácticas sustentables. Comunicar lo ECO Friendly. Los estilos del vino. Estilo I. Estilo I bis

**CLASE 13.** MANEJO DE CANOPIA I. Desbrotes y Raleo inteligente de brotes. Manejo de canopia II. Raleo de racimos y Deshojes.

**CLASE 14.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 15.** SEGUIMIENTO Y CONTROL DE MADUREZ – Cosecha – Tareas post cosecha.

**CLASE 16.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 17.** NORMAS GENERALES DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.

**CLASE 18.** SITUACIÓN INTERNACIONAL EN LA ELABORACIÓN DE VINO ORGÁNICO. Principales focos de Vitivinicultura sustentable. Cata Estilo IV. Estilo IV Bis.

**CLASE 19. NORMAS ESPECÍFICAS PARA LA ELABORACIÓN DE VINO:** Prácticas enológicas. Vinos orgánicos.

**CLASE 20. PRINCIPAL FOCO VITIVINICULTURA SUSTENTABLE II.** Viejo mundo. Vino dulce.

**CLASE 21. VINOS NATURALES** Concepto, diferencias con elaboración convencional, productos permitidos en la elaboración.

**CLASE 22. PRINCIPAL FOCO VITIVINICULTURA SUSTENTABLE III.** Nuevo mundo. Vinos Rosados y Espumantes.

**CLASE 23. PRINCIPAL FOCO VITIVINICULTURA SUSTENTABLE IV.** Nuevo mundo. Australia y Nueva Zelanda. Vinos Orgánicos, Biodinámicos y Naturales.

**CLASE 24. EXAMEN PARCIAL**

**CICLO 2022**

**BLOQUE 2 - ENTORNO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA DEL VINO**

**CLASE 25. ENVASADO** transporte y almacenamiento de los productos

**CLASE 26. LOGÍSTICA.** Distribución. Medios de Transporte. Suministros. Almacenaje.

**CLASE 27. PRINCIPAL FOCO VITIVINICULTURA SUSTENTABLE IV.** Nuevo mundo. Chile, Uruguay y Bolivia. Vinos Orgánicos, Biodinámicos y Naturales.

**CLASE 28. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 29. ECONOMIA MUNDIAL DEL VINO.** Países del Nuevo Mundo Uruguay, Nueva Zelanda, Chile, Usa.

**CLASE 30. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 31. ECONOMIA MUNDIAL DEL VINO.** Países del Viejo Mundo Francia, Italia, España, Alemania, Portugal.

**CLASE 32.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 33.** ECONOMIA REGIONAL DEL VINO. Cuyo, NOA, centro y Patagonia.

**CLASE 34.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 35.** PRESENTACIÓN DE TP.

### **BLOQUE 3- NEGOCIO, ECONOMIA Y FINANZAS.**

**CLASE 36.** NEGOCIO DEL VINO. Negocios vinculados al mundo del vino. Características.

**CLASE 37:** INTRODUCCIÓN AL ENOTURISMO I: Concepto y definiciones. Armado de prácticas y productos sustentables. Estilo II. Estilo II bis.

**CLASE 38.** INTRODUCCIÓN AL ENOTURISMO II: La comunicación en el turismo del vino. Tendencias mundiales del turismo del vino. Estilo III. Estilo III bis

**CLASE 39.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. ENTENDER EL VINO DESDE LA PERCEPCIÓN SENSORIAL. FUNDAMENTOS DE ESPECIALIZACIÓN, TEORIZACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DE LA CATA.

**CLASE 40.** CONTABILIDAD GERENCIAL. Sistema de información. Evaluación de la contribución económica de las diferentes actividades que realiza la empresa.

**CLASE 41.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 42.** COSTOS. Tipos de Costos. costo fijo, costo variable, costo directo, costo indirecto, costo de producción y costo de venta.

**CLASE 43.** LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA. Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 44. FINANZAS PARA BODEGAS.** Confección de presupuestos. Rentabilidad.

**CLASE 45. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 46. COMO DELINEAR UN PLAN DE NEGOCIOS** Cómo poner en marcha tu plan de Negocio, establecer principal objetivos y estrategias.

**CLASE 47. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 48. EVALUACIÓN DE PROYECTOS.** Identificar, cuantificar y valorar beneficios que se generan.

#### **BLOQUE4 MARKETING , VENTAS Y COMERCIO EXTERIOR**

**CLASE 49. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.** Muestra probabilística. Formar y coordinar entrevistas para el trabajo de campo. Aplicar herramientas de investigación cuantitativas y cualitativas en mercados online.

**CLASE 50. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 51. DESARROLLO DE MARCA.** Tendencias sobre branding y gerenciamiento de marca. Las marcas en la estrategia de la compañía y su vínculo con los productos.

**CLASE 52. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 53. MARKETING.** Definición. Estrategias y tipos de marketing.

**CLASE 54. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 55. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.** Desarrollo de nuevos modelos de negocio para explotar nuevas fuentes de ingresos.



winexperts

**CLASE 56. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 57. COMERCIO EXTERIOR I.** Mercados Internacionales. Análisis global estrategia de inserción. Posicionamiento.

**CLASE 58. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 59. COMERCIO EXTERIOR II.** Ciclo de exportación. Aduanas. Instrumentos de Pago.

**CLASE 60. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 61. MARKETING INTERNACIONAL.** Marketing estratégico. Mercados. Identificación de necesidades. Adaptación del producto.

**CLASE 62. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 63. VENTAS.** Políticas y estrategias comerciales. Políticas de precios. Análisis de los márgenes de cada canal. Activación de las ventas. Promociones y descuentos.

**CLASE 64. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 65. PLAN COMERCIAL.** Diseño Plan de Ventas para tu negocio o proyecto emprendedor.

**CLASE 66. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

## **BLOQUE 5 DIRECCION Y COORDINACIÓN**

**CLASE 67. DIRECCION DE BODEGAS.** Mecanismos de toma de decisiones, competencias directivas.





winexperts

**CLASE 68. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 69. GESTION LIDERAZGO. ORGANIZACIÓN.** Introducción a la Administración de Empresas. fundamentos de la Administración y principales teorías. Introducción al liderazgo. Formación de equipos de alto rendimiento.

**CLASE 70. LA CATA DE VINOS COMO SISTEMA.** Entender el vino desde la percepción sensorial. Fundamentos de especialización, teorización y profesionalización de la cata.

**CLASE 71. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL** Cómo adoptar una perspectiva integral orientada a crear valor y aportar mejoras a la comunidad, medioambiente y sociedad.

**CLASE 72. EXAMEN PRACTICO DE CATA.**

**CLASE 73. EXAMEN ORAL. PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN FINAL.**

## PROFESORES

Supervisión: Michel Rolland. Winemaker Internacional. Asesor de Bodegas en más de 20 países

Roberto Gonzalez. Enólogo UMAZA. Trabajo actual: Director de Enología Bodega Nieto Senetiner. Presidente de la Academia Argentina de la Vid y del Vino

Juan de Dios Giacalone. Lic. en Comunicación UNCUIYO. Sommelier Internacional CAVE. Wine & Spirit Education Trust Level 4. Trabajo actual: Consultora Doble V. Asesor en Cassir Dos Santos. Piensa Wines

Marcelo Canatella. Ingeniero Agrónomo. UnCuyo. Postgrado Planeamiento y gestión de calidad del viñedo al vino. UnMaza. Trabajo actual: Asesor Vitivinícola Bodega Flecha de los Andes (Grupo Clos de los Siete).

Bodega Monteviejo y Mariflor (Grupo Clos de los siete), Vignes des Andes, Bodega La Luz, Bodega Domaine Bousquet, Bodega Fabre Montmayou, Bodega Infinitus, Río Negro, Bodega Ojo de Vino, Unalapa en Cafayate. Bodega Antucura.



winexperts

Natalia Alvarez Lic.en Marketing UCES. Trabajo actual: Gerente de Marketing y Comunicación en Bodegas de Argentina.

Fernando Urdaniz. Lic. en Administración y Gestión de Empresas- MBA Ecole Nationale des Ponts et Chaussées. Trabajo actual: Coordinador de Promoción Comercial en Fundación ProMendoza.

Daniel Lopreiato: Contador Público UBA. Trabajo actual: Gerente Institucional Kapeluz.

## ASESORAMIENTO ACADEMICO

Michel Rolland, Marcelo Pelleriti, Mariano Di Paola, Roberto Gonzales, Gabriela Celeste, Rodolfo Vallebella, Ramiro Barrios, Pepe Galante, Pedro Rosell, Roberto Cipresso, Nicolas Joly, entre otros.

Contamos con el apoyo de la Academia Argentina de la Vid y del Vino, integrada por Ing. Carlos Catania, Ing. Carlos Tizio, Pedro Rosell, Aldo Biondolillo, Eduardo Cassone, Rodolfo Cavagnaro, Roberto Cipresso (Italia) entre otras personalidades.

## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

*Todas las certificaciones emitidas por el Instituto Universitario EAN pueden obtener reconocimiento internacional mediante la Apostilla de la Haya, acreditada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación. Recomendamos consultar en su jurisdicción la gestión de la misma, la cual estará a cargo del alumno*

Certificación Universitaria emitida por la **Escuela Argentina de Negocios**.

Programas avalados por **Bodegas de Argentina** y **Wine In Moderation Argentina** y auspiciados por el **INV – Instituto Nacional de Vitivinicultura**.

## BIBLIOGRAFÍA

- Larousse de los Vinos: Los Secretos del vino – Países y regiones vitivinícolas. Editorial Larousse
- La Cultura de la Vid y el Vino. Fondo Vitivinícola Mendoza.
- La Cata de Vinos. Lluís Manuel Barba. Editorial Grijalbo.
- El Sumiller del Siglo XXI. Fernando García del Río. Alianza Editorial
- ¿Qué vino con este pato? Una aproximación a la esencia de los maridajes. Ferran Centelles. Editorial Planeta Gastro.
- La interpretación sensorial del vino. Carlos Catania, Silvia Avagnina. INTA. Caviar Bleu Editora Andina Sur.
- Pasión por el vino. Joan C. Martín. Lince Ediciones.



**winexperts**

- Insurrección cultural. Vino natural y agri-cultura para salvar el mundo. Jonathan Nossiter. Ediciones Piloto de Tormenta.

**VALOR\***

**15 cuotas de \$6800**

**15 cuotas de USD 6800**

**3 cuotas \$31700**

**3 cuotas USD 317,00**

**1 cuota \$95200**

**1 cuota USD 952,00**

*\*ajustable al índice de inflación, cada aumento no supera el 15% del valor actual de la cuota.*