

Formación de profesionales del sector **vitivinícola**

Ciudad Real acoge desde este mes la segunda edición del curso de Gestión de Bodegas y Comercialización del Vino

Ciudad real acoge desde el presente mes de enero y hasta julio la segunda edición del curso de Gestión de Bodegas y Comercialización del vino, una iniciativa dirigida a titulados y a profesionales que incide en el punto débil del sector vitivinícola castellano-manchego: el márketing. A través de su Fundación General, y con la colaboración de Caja Castilla-La Mancha y la Junta de Comunidades, la Universidad pretende contribuir a la mejora de la producción y la venta de los vinos regionales ofreciendo formación específica en ambas áreas.

El programa académico, que se desarrolló con gran éxito el pasado año en Albacete, busca la formación de profesionales preparados para trabajar en un mercado global de vinos de calidad caracterizado por una intensa competencia, incentivada por los caldos de los denominados “países emergentes”, Australia, Sudáfrica y Chile, entre otros. Además, y según explicó el presidente de la Fundación General de la UCLM, Ernesto Martínez Ataz, el curso cumple uno de los objetivos fundamentales de la institución académica, el de contribuir al desarrollo

económico y científico de Castilla-La Mancha, un reto que, a su juicio, pasa indefectiblemente por la mejora en la producción y la comercialización del vino. Por su parte, el director del curso, el profesor Miguel Olmeda, hizo hincapié en el factor mercado al asegurar que gran parte de la potencialidad de los vinos castellano-manchegos se pierde por la falta de alternativas comerciales.

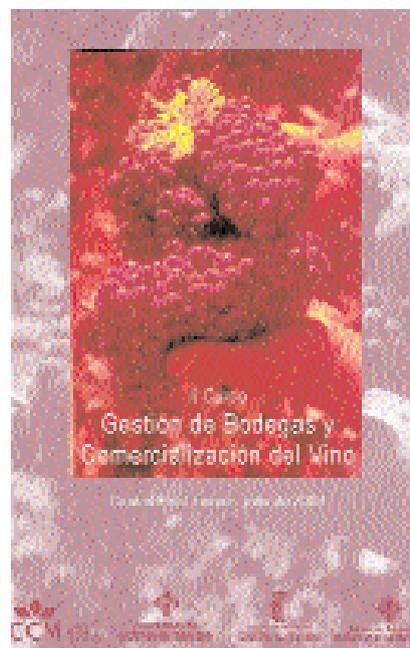
Relación de objetivos

La relación de objetivos del curso contempla la adquisición de los conocimientos teórico-prácticos necesarios en la gestión de bodegas y otras empresas vitivinícolas. El programa, de 200 horas lectivas, se estructura en tres módulos, uno, introductorio, que repasa los fundamentos de la viticultura, la enología y los mercados mundiales y la Organización Común del Mercado (OCM) del vino; el segundo, que se presenta con el título específico de *Gestión de bodegas*, aborda también los aspectos de calidad; y el

El sector vitivinícola de Castilla-La Mancha está tomando conciencia de que, una vez alcanzadas unas más que satisfactorias cotas de calidad, el secreto del éxito se encuentra en la comercialización del producto.

Los alumnos del Curso de Gestión de Bodegas y Comercialización del Vino tendrán la oportunidad de conocer todas las herramientas del márketing moderno para mejorar la venta de los caldos regionales: desde la

caracterización de los consumidores de vino, a las técnicas de segmentación de mercados, pasando por la estrategia de productos y marcas comerciales, la distribución y el merchandising o la promoción y publicidad.



Cartel anunciador del curso

tercero y último, dedicado específicamente a la comercialización. En este bloque se encuadran elementos como la estructura del consumo, las técnicas de marketing para los vinos, o las prácticas de comercio exterior.

El equipo docente, que encabeza el profesor Miguel Olmeda, se completa con Francisco Montero Riquelme, José María Alía, María Dolores Cabezudo, Miguel A. González Viñas, Soledad Pérez Coello, Sebastián Castillo Valero, Juan José Jiménez Moreno, Félix Ureña Pardo, Luis M. Rivera Vilas, Rodolfo Bernabéu, Mercedes Sánchez García y Alejandro Mollá Descals. ○

El secreto del éxito