

**Fecha inicio:**  
27 de Mayo

**Fechas:**

Del 27 de Mayo al 02 de  
Diciembre de 2020

**Modalidad:**

Presencial

**Tipo:**

Diploma

**Valor:**

\$ 2.200.000

**Horario**

Miércoles de 15:30 a 19:30  
hrs.

**Duración**

100 horas cronológicas.

**Lugar de realización**

Otro

**Facultad**

Facultad de Agronomía e  
Ingeniería Forestal

**Contacto**

Paula Aramayo Chavez  
[aramayo@uc.cl](mailto:aramayo@uc.cl)  
23544608

**Consulta pagos &  
matrículas**

Paula Aramayo Chavez  
[aramayo@uc.cl](mailto:aramayo@uc.cl)  
23544608

**Descuentos**

[Consulte por empresas en  
convenio](#)

**10% descuento Socios La  
Cav**

30% funcionarios UC  
20% Socios con  
Membresía Alumni UC  
15 % Ex alumnos UC (Preg  
rado-Postgrados-  
Diplomados) y  
profesionales de servicios  
públicos  
10% Grupo de tres o más  
personas de una misma  
institución, funcionarios  
empresas en convenio, ex  
alumnos-alumnos DUOC

## Diplomado en Vino Chileno: producción, elaboración, comercialización y degustación

*Este diplomado busca que los participantes conozcan y comprendan los procesos productivos de su elaboración y los manejos que están involucrados para conseguir una alta gama en los vinos, necesarios para el manejo de los viñedos, como los utilizados en la producción, elaboración y conservación del mismo.*

**10% descuento Socios La Cav.**

**\*Atención: Para hacer efectivo pagos y descuentos en este programa, favor contactarse al mail: [extensionagrofor@uc.cl](mailto:extensionagrofor@uc.cl) o a los teléfonos: 223545773 y 223544608.**

### Descripción

Actualmente, Chile es el séptimo productor y cuarto exportador de vino en el mundo. En consecuencia, el vino chileno es posible adquirirlo y degustarlo tanto en el mercado nacional como en múltiples mercados del mundo. No obstante lo anterior, a nivel local, la cultura asociada a su producción, comercialización y consumo, como así también a los productos derivados de él, es escasa, siendo imperativo desarrollarla.

Esta cultura incluye conocimiento de los procesos productivos para su elaboración, su comercialización, como así también criterios para un moderado consumo del vino y para la evaluación de su calidad. Ello incluye un conocimiento de la diversidad de los vinos y el carácter propio de cada uno de ellos. En Chile, esta cultura es aún incipiente y no guarda relación con la importancia del país como productor y exportador de vinos de alta gama.

En este contexto, se busca con este diplomado que los participantes, conozcan y comprendan los procesos productivos de su elaboración y los manejos que están involucrados para conseguir una alta gama en los vinos, tanto los necesarios para el manejo de los viñedos como los utilizados en la producción, elaboración y conservación del vino. Además, es necesario que se interioricen de los procedimientos involucrados en la gestión de comercialización de los vinos. Por otra parte, a través de talleres de evaluación sensorial, manejen conceptos teóricos y prácticos, como así también, un vocabulario pertinente, que les permitirá comunicarse con conocedores del vino o con los distintos agentes, tanto profesionales como empresariales que conforman la industria vitivinícola, chilena y mundial.

### Dirigido a

A este programa de diplomado pueden postular Ingenieros Comerciales, Profesionales de áreas relacionadas al Marketing, Ingenieros Agrónomos, Enólogos, Periodistas, Comunicadores o cualquier profesional universitario, técnico o persona que demuestre experiencia en el área de la agronomía, administración, marketing o de las comunicaciones o que se desempeñan preferentemente en instituciones o empresas relacionadas con la industria del vino, en cargos ejecutivos, administrativos o comunicacionales.

### Prerrequisitos

Este programa de diplomado ha sido concebido como una herramienta para todas aquellas personas que de una u otra forma están vinculadas al sector vitivinícola y que por su formación profesional o experiencia laboral previa no poseen los conocimientos necesarios para mejorar su gestión comercial o productiva. No obstante lo anterior, el diplomado no es excluyente para todo "amante" del vino que desee incrementar sus conocimientos en torno a la vid, el vino, su comercialización y su evaluación sensorial.

UC, Clientes banco BCI  
5 % Estudiantes de  
postgrado otras  
universidades

**Descuentos no  
acumulables, y válidos  
sólo al momento de la  
matrícula**

#### Formas de pago

•"A las personas  
matriculadas que se retiren  
de la actividad antes de la  
fecha de inicio, se les  
devolverá el total pagado  
menos el 10% del total del  
arancel "

## Objetivo de aprendizaje

- Describir y relacionar los principales componentes del ecosistema vitícola y de la producción de vino.
- Conocer y comprender los principales aspectos de la comercialización, marketing, legislación y cultura relacionados con la industria del vino.
- Desarrollar capacidades sensoriales que permitan describir un vino desde un punto de vista organoléptico.

## Desglose de cursos

### Nombre del curso:

**Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos.**

**Horas cronológicas:** 54

**Horas pedagógicas:** 126

**Créditos:** 10

### Resultados del Aprendizaje

- Describir y relacionar los principales componentes del ecosistema vitícola: clima, suelo, planta y manejo.
- Describir y relacionar las principales operaciones unitarias relacionadas a la producción, elaboración y conservación de vino.

### Contenidos: -

- Introducción: historia del vino, regiones vitivinícolas del mundo y viticultura chilena.
- La planta, morfología y principios de fisiología de la vid. Patrones, variedades y clones.
- Influencia de clima y suelo.
- Manejo de la vid. Sistemas de conducción, poda, equilibrio vegetativo/productivo. Sanidad del cultivo, plagas y enfermedades.
- El racimo de uva y su composición.
- Operaciones unitarias generales de la vinificación.
- Vinificación en blanco, tinto y rosado.
- Fermentación alcohólica, maloláctica y enfermedades de los vinos.
- Cuidados del vino nuevo.
- Clarificación y estabilización de los vinos.
- Maduración y envejecimiento.

### Metodología de enseñanza y aprendizaje:

- Cátedras con clases expositivas.
- Estudio personal complementario.
- Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.
- Tres salidas a terreno: visita a viñedos y/o bodegas.
- Elaboración de informes.

### Curso 2: Comercialización, Marketing y Legislación del vino.

**Horas cronológicas:** 25

**Horas pedagógicas:** 65

**Créditos:** 5

### Resultados del Aprendizaje

- Conocer aspectos de la comercialización del vino y uso de algunas herramientas.
- Conocer y comprender aspectos del marketing aplicados a la industria del vino.
- Conocer los principales aspectos de la legislación vitivinícola chilena y peculiaridades frente a otras legislaciones mundiales.

### Contenidos: -

- Concepto de indicaciones de procedencia y denominación de origen.
- Mercados internos y externos
- Modelo de negocios para la industria vitivinícola.
- Estrategias comerciales para la industria vitivinícola y el CRM como herramienta.
- Marketing: comportamiento del consumidor, estrategias del producto, estrategias distribución, estrategias de promoción, concursos de vinos y enoturismo.
- Legislación vitivinícola chilena.

**Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

Cátedras con clases expositivas.  
Estudio personal complementario.  
Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.  
Tres salidas a terreno: visita a viñedos y/o bodegas.  
Elaboración de informes.

**Evaluación de los aprendizajes:**

-Evaluación escrita de estrategias de marketing del vino: 50%.  
-Evaluación escrita sobre legislación y comercialización del vino: 50%.

**Curso 3; Evaluación sensorial y maridaje del vino.**

**Horas cronológicas:** 25

**Horas pedagógicas:** 65

**Créditos:** 5

**Resultados del Aprendizaje**

-Desarrollar capacidades sensoriales  
-Adquirir habilidades para describir un vino desde un punto de vista organoléptico.

**Contenidos: -**

-Soluciones básicas  
-Defectos del color, olor y sabor de los vinos.  
-Evaluación de vinos varietales blancos  
-Evaluación de vinos varietales tintos  
-Evaluación de vinos nacionales y extranjeros  
-Maridaje: vino y comidas  
-Vino y salud

**Metodología de enseñanza y aprendizaje:**

Cátedras con clases expositivas.  
Estudio personal complementario.  
Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.  
Tres salidas a terreno: visita a viñedos y/o bodegas.  
Elaboración de informes.

**Evaluación de los aprendizajes:**

-Dos evaluaciones prácticas de soluciones básicas: 70%.  
-Evaluación práctica de una descripción sensorial de un vino: 10%.  
-Elaboración de informes de evaluación sensorial: 20%

**BIBLIOGRAFÍA****Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos**

ANÓNIMO 1995. Catalogue des variétés et clones de vigne cultivés en France. Editeur ENTAV. Francia.

BERTRAND, A., R.-M. CANAL-LLAUBÈRES, M. FEUILLAT, G. HARDY, F. LAMADON, A. LONVAUD-FUNEL, P. PELLERIN y N. VIVAS. 2000. Produits de traitement et auxiliaires d'elaboration des moûts et des vins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.

BLOUIN, J y E. PEYNAUD. 2001. Connaissance et travail du vin. Dunod. Paris.

BLOUIN, J. y G. GUIMBERTEAU. 2000. Maturation et maturité des raisins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.

BORDEU, E. y SCARPA, J. 1999. Análisis Químico del Vino. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

CALO, A., A. SCIENZA, A. COSTACURTA. 2006. Vitigni d' Italia. Edagricole Edizioni. Bologna, Italia.

DE ROSA, T. 1998. Tecnología de los vinos blancos. Ediciones Mundi Prensa, Madrid, España.

FLANZY, C. 2003. Enología: Fundamentos científicos y tecnológicos. Mundi Prensa.

FREGONI, M. 2005. Viticoltura di Qualità. Phytoline Editore. Affi (Vr), Italia.

- GIL, G. y Ph. PSZCZOLKOWSKI. 2015. Viticultura: Fundamentos para optimizar producción y calidad. 2<sup>da</sup> Edición, ampliada y actualizada. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.
- GILLMORE, F. y R. POBLETE. 1999. Manual de bodegas 1999. Corporación Chilena Del Vino. Santiago, Chile.
- GLATRE, E. y B. BOIDRON, 2006. La Champagne et ses vins. Editions Féret, Bordeaux, Francia.
- HERNÁNDEZ, A., 2000. Introducción al vino de Chile. Aquaprint Impresores. Santiago, Chile.
- MAGALHÃES, N. 2008. Tratado de viticultura, 2008. Chaves Ferreira Publicações. Lisboa, Portugal.
- PSZCZÓLKOWSKI, Ph. y C. CEPPI DE LECCO. 2011. Manual de vinificación: Guía práctica para la elaboración de vinos. Ediciones Universidad Católica De Chile. Santiago, Chile.
- RANKINE, B. C. 1998. Making good wine, A manual of winemaking practice for Australia and New Zealand. Sun, Pan Macmillan, Australia.
- TROOST, G. 1985. Tecnología del vino. Ediciones Omega. Barcelona, España.
- VAUDOUR, E. 2003. Les terroirs viticoles. Dunod. París, Francia
- Curso 2: Comercialización, Marketing y Legislación del vino**
- CAMILLO, A. 2012. A strategic investigation of the determinants of wine consumption in China. International Journal of Wine Business Research. 24 (1): 68-92.
- DEWALD, B. (2008) The role of the sommelier and their influence on US restaurant wine sales. International Journal of Wine Business Research. 20 (2): 111-123.
- DUFOUR, Y. y P. STEANE, 2010. Building a good solid family wine business: Casella Wines. International Journal of Wine Business Research. 22 (2): 122-132.
- GILL, D., B. BYLSMA y R. OUSCHAN. 2007. Customer perceived value in a cellar door visit: the impact on behavioural intentions. International Journal of Wine Business Research. 19 (4): 257-275.
- JENSTER, P., y Y. CHENG. 2008. Dragon wine: developments in the Chinese wine industry. International Journal of Wine Business Research. 20 (3): 244-259.
- JOHNSON, R. y J. BRUWER. 2007. Regional brand image and perceived wine quality: the consumer perspective. International Journal of Wine Business Research. 19 (4): 276-297.
- KING, E., T. JONHSON, S. BASTIAN, P. OSIDASZ y I. FRACIS. 2012. Consumer liking of white wines: segmentation using self-reported wine liking and wine knowledge (2012) International Journal of Wine Business Research. 24(1): 33-46.
- KOLYESNIKOVA, N., T. DODD, T. y F. DUHAN, F. 2008. Consumer attitudes towards local wines in an emerging region: a segmentation approach. International Journal of Wine Business Research. 20 (4): 321-334.
- Mc CUTCHEON, E., J. BRUWER y E. LI. 2009. Region of origin and its importance among choice factors in the wine-buying decision making of consumer. International Journal of Wine Business Research. 21 (3): 212-234.
- PAN, F., S. SU y Ch. CHIANG. 2008. Dual attractiveness of winery: atmospheric cues on purchasing. International Journal of Wine Business Research. 20 (2): 95-110.
- WILCOX, J.,D. LAVERIE, N. KOLYESNIKOVA, D. DUHAN y T. DODD. 2008. Facets of brands equity and brand survival: a longitudinal examination. International Journal of Wine Business Research. 20(3): 202-214
- Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino**
- AMERINE, M., R. PANGBORN y E. ROWSSLER. 1965. Principles of sensory evaluation of food. Academic Press New York, USA.
- DELTEIL, D. 1999. Evaluation sensorielle du profil gustatif. Conferencias científicas Lallemand,

Montreal, Canadá.

JELLINEK, G. 1985. "Sensory evaluation of food", Ellis Horwood Ltd., U.K.

LAWLESS, H.T. y B. P. KLEIN. 1991. "Sensory science theory and applications in foods". Marcel Dekker, Inc., USA.

MEILGAARD, M., G. V. CIVILLE y B. T. CARR, 1991. "Sensory Evaluation Techniques", CRC Press Inc, USA.

MUÑOZ A.M., G. V. CIVILLE y B. T. CARR. 1992. "Sensory evaluation in quality Control", Van Nostrand Reinold, New York, USA.

O'MAHONY, M. 1986. "Sensory evaluation of food: Statistical methods and Procedures", Marcel Dekker Inc., New York, USA.

PEDRERO, D.L. y R. M. PANGBORN. 1989. "Evaluación sensorial de los alimentos - Métodos Analíticos", Editorial Alhambra Mexicana . S.A., México.

PIGGOTT, J. R. 2012. "Alcoholic beverages. Sensory evaluation and consumer research". Woodhead Publishing. Series in Food Science, Technology and Nutrition: Number 225. United Kingdom.

PIGGOTT, J. R. 1984. "Sensory analysis of foods", Elsevier Applied Science Publishing.

STONE, H. y J. L. SIDEL. 1985. "Sensory evaluation practices", Academic Press Inc., Florida, USA.

### **Equipo docente**

#### **JEFE DE PROGRAMA**

**Consuelo Ceppi de Lecco.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Certificado en Ciencias Sensorial, UC Davis. Profesora de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

#### **EQUIPO DOCENTE**

**Carolina Arnello.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Enólogo de Viña Portal del Alto. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

**Edmundo Bordeu.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Francia. Ph .D., Universidad de California, Davis, EE.UU. Profesor de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Ex Director de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Asesor técnico en diversas empresas del área vitivinícola.

**Natalia Bossard.** Ingeniero Agrónomo, Enóloga. Ph. D. Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesora de Enología de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Especialista en mediciones instrumentales de astringencia.

**Consuelo Ceppi de Lecco.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Profesora de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile.

**Alejandro Hernández.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Francia. Profesor Emérito de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Enólogo de Viña Portal del Alto. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Ex Presidente de la Cofradía del Mérito Vitivinícola. Ex Presidente de la Organización Internacional de la Vid y el Vino (O.I.V). Asesor técnico en diferentes empresas del área vitivinícola.

**Andrés Ibañez.** Ingeniero Comercial, P. Universidad Católica de Chile; MBA J.L.Kellogg School, Northwestern University; Diversos cursos de perfeccionamiento en Harvard, Kellogg y UCLA. Área de Especialidad: Marketing Profesor Fulltime.

**Pablo Lacoste.** Historiador. Doctor en Historia. Doctor en Estudios Americanos. Profesor Titular de la Universidad de Santiago. Director de la Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad (RIVAR).

**Philippo Pszczólkowski.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Postítulo en Chile, España y Francia. Ex

Profesor de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Enólogo de Viña Alta Alcurnia. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile, Asesor técnico en diferentes empresas del área vitivinícola.

**Vesna Rojic.** Ingeniero Agrónomo, Enólogo. Ex Directora de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile. Asesor técnico en diversas empresas del área vitivinícola.

**Inés Urquiaga.** Bioquímico. Ph .D., Ciencias Biológicas, mención biología celular y molecular Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. Coordinadora unidad de comunicación e informática, Centro de nutrición molecular y enfermedades crónicas. Pontificia Universidad Católica de Chile.

**Felipe De Solminihac.** Ingeniero Agrónomo Enólogo UC. Enólogo-Asesor de varias viñas chilenas. Socio y Gerente General de Viña Aquitania. Profesor de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal de la UC

**Fanor Velasco.** Egresado de Economía. Asesor de marketing y turismo enológico en diversas empresas del área vitivinícola.

## **Metodología**

- Cátedras con clases expositivas.
- Estudio personal complementario.
- Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.
- **Tres salidas a terreno: visita a viñedos y/o bodegas (con evaluación). El horario de las salidas es preferentemente sábado en la mañana o bien, jueves o viernes por la tarde, según disponibilidad de las viñas.**
- Elaboración de informes.

## **Evaluación**

### **Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos (10 créditos). 50% total diplomado**

- Dos evaluaciones escritas con un 40 % c/u y dos de tres informes escritos, con un 10% c/u , que correspondientes a las tres salidas a terreno.

### **Curso 2: Comercialización, marketing, historia y legislación del vino (5 créditos). 25% total diplomado**

- Evaluación escrita de marketing 65%, evaluación escrita de historia 25% , evaluación escrita sobre legislación 10% de la ponderación total del curso 2.

### **Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino (5 créditos). 25% total diplomado**

- Dos evaluaciones prácticas con un 40% c/u de la ponderación total
- Informe descriptivo de evaluación de vinos 20% de la ponderación total del curso 3.

## **Requisitos de aprobación**

- A) Un mínimo de asistencia de 75% a todo evento.  
B) Requisito académico: Se cumple aprobando todos los cursos con nota mínima 4,0.

- El alumno sólo podrá reprobado un curso, y en este caso la aprobación total del diplomado queda sujeta a que el promedio de todos los cursos sea igual o superior a 5,0.
- Con dos cursos reprobados (bajo nota 4,0), el alumno reprueba automáticamente todo el programa.

***Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación***

## **Proceso de Admisión**

Las personas interesadas deberán completar la ficha de postulación ubicada al lado derecho de esta página web. Un correo de confirmación solicitará enviar los siguientes documentos a la coordinación a cargo de Paula Aramayo (aramayo@uc.cl):

- Curriculum Vitae actualizado.
- Fotocopia Carnet de Identidad.
- Fotocopia simple del Certificado de Título o del Título.

No se tramitarán postulaciones incompletas

- En caso que el postulante presente alguna discapacidad de origen: visual, auditiva, movilidad reducida, u otra, deberá informar previamente a la coordinación del programa mediante un email, con el objetivo de brindar las condiciones de infraestructura necesaria al inicio de clases y entregar una asistencia adecuada.
- El postular no asegura el cupo, una vez inscrito o aceptado en el programa se debe cancelar el valor para estar matriculado.

Importante- Sobre retiros y suspensiones-

- La coordinación del programa se reserva el derecho de suspender o reprogramar la realización de la actividad si no cuenta con el mínimo de alumnos requeridos o por motivos de fuerza mayor. En tal caso se devuelve a los alumnos matriculados la totalidad del dinero a la brevedad posible con un máximo de 10 días hábiles. La devolución se efectuará con depósito en la cuenta (corriente o vista) que indique el alumno o a través de un vale vista que deberá ser retirado en cualquier sucursal del Banco Santander.

- A las personas matriculadas que se retiren de la actividad antes de la fecha de inicio, se les devolverá el total pagado menos el 10% del valor del programa.

- \* A las personas que se retiren una vez iniciada la actividad, se les cobrará las horas o clases cursadas o asistidas y materiales entregados a la fecha de la entrega de solicitud formal de retiro más el 10% del valor del programa. La solicitud de retiro debe realizarse a la coordinación a cargo y hasta antes de que el 50% de la actividad se haya desarrollado (Reglamento de alumno de Educación Continua). En ambos casos la devolución, demorará como máximo 15 días hábiles y se efectuará con depósito en la cuenta (corriente o vista) que indique el alumno o a través de un vale vista que deberá ser retirado en cualquier sucursal del Banco Santander. El 10% corresponde al uso de vacante y se calcula en base al precio publicado, no el valor final pagado.