



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

# DIPLOMADO

"DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING VITIVINÍCOLA".



**Octubre, 2011.**



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

## **DIPLOMADO**

### **"DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING VITIVINÍCOLA".**

El marketing en la industria agroalimentaria moderna constituye una valiosa herramienta para la toma de decisiones, así lo demuestran en el último tiempo una serie de iniciativas llevadas a cabo por diferentes instituciones del Estado y empresas vitivinícolas con la finalidad de mejorar el desempeño comercial de la industria, tanto para el diseño de sus estrategias de marketing. En este sentido, se pueden mencionar el concurso de Investigación en Marketing Agroalimentario (IMA) de la Fundación para la Innovación Agraria y el reciente concurso de CORFO-PROCHILE para prospeccionar mercados. Por su parte, las empresas vitivinícolas no están ajenas a la utilización de herramientas de marketing para el desarrollo de sus estrategias comerciales y de esta forma canalizar de mejor forma sus vinos en los mercados que les corresponden incursionar. Específicamente, académicos del Departamento de Economía Agraria (DEA) de la Universidad de Chile, preocupados por el papel que le corresponde al marketing en el mejoramiento del desempeño comercial de las empresas vitivinícolas han realizado un número importante de investigaciones en marketing vitivinícola, han sido invitados a dar numerosas charlas en este contexto y además han realizado importantes acciones de capacitación y asesoría a empresas vitivinícolas en las principales zonas vitivinícolas de Chile. Entre ellas destacan la realización en 2005 del primer workshop en marketing de vinos y otras acciones de capacitación en la Región del Maule, en las cuales han participado un número importante de académicos del DEA. Además, esta motivadora Segunda Versión destinada a profesionales del sector, se materializa mediante un selecto grupo de expertos en marketing vitivinícola chilenos (Dr. Marcos Mora G. y Dra. Berta Schnettler), los cuales son complementados por destacados profesionales del medio vitivinícola (Fernando Martino y Hernán Amenazar). De esta forma esta estructura nos permite ofrecer un perfeccionamiento que reúne una componente académica de elevada calidad y una componente vinculada a la industria de las mismas características. En el contexto descrito, este diplomado se enmarca en la satisfacción de necesidades de los profesionales que lo cursen, de manera que ésta contribuya a mejorar las estrategias de marketing de las viñas. En consecuencia como una forma de contribuir al desarrollo del marketing vitivinícola, la Facultad de Ciencias Agronómicas mediante su Departamento de Economía Agraria, considera necesario y oportuno poner a disposición de los profesionales del sector el presente programa de diplomado en: "Diseño de Estrategias de Marketing Vitivinícola".

#### **DIRIGIDO A:**

En este sentido el perfeccionamiento que se plantea está destinado a profesionales del ámbito vitivinícola que deseen adquirir competencias en el manejo de herramientas de marketing vitivinícola y con ello agregarle a valor a su desempeño profesional mediante un adecuado diseño de estrategias y tácticas comerciales que mejoren la eficiencia de sus sistemas de comercialización de vinos. Las respuestas a: ¿Cómo enfrentar de mejor forma los mercados vitivinícolas? ¿Cómo determinar los segmentos de mercados más atractivos para su empresa? y partir de ellos ¿Cómo desarrollar una estrategia comercial que se ajuste a la demanda?, ¿Cómo construir una marca con mercado? ¿Qué habilidades gerenciales son adecuadas para desarrollar la comercialización de sus vinos?, entre otras, las encontrará en el presente diplomado.



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

Asimismo, este diplomado se realizará en forma presencial, en media jornada los días viernes y sábado. Las sesiones presenciales se desarrollaran bajo la modalidad de clase expositiva vinculada a la entrega de conocimientos teóricos y en talleres para el trabajo práctico. Por otra parte, las clases serán impartidas por profesores del Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Chile, Profesores invitados de otras universidades chilenas y por profesionales de prestigio que se desempeñan en diferentes empresas relacionadas con el sector vitivinícola.



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

## CONTENIDOS DEL PROGRAMA

### MODULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING VITIVINÍCOLA.

**Objetivo:** Introducir al alumno a los principios del marketing moderno haciendo énfasis en la industria vitivinícola.

#### **Contenidos temáticos**

- ❖ Contexto y aplicaciones prácticas del marketing hacia negocio vitivinícolas

- ❖ Bases del marketing

Introducción al marketing  
Marketing estratégico de negocios vitivinícolas  
Marketing operativo de negocios vitivinícolas

### MODULO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS VITIVINÍCOLAS

**Objetivo:** Presentar las principales características de la investigación de mercado con énfasis en el negocio vitivinícola y su relevancia en el procesos de toma de decisiones. Según lo anterior, se presentarán los diferentes tipos de investigaciones de mercado y las metodologías asociadas a ésta, aplicando las principales técnicas de obtención y análisis de información comercial con énfasis en el negocio vitivinícola.

#### **Contenidos temáticos**

- ❖ La investigación de mercado para productos vitivinícolas

- ❖ Planificación de la investigación de mercado

Diseño de investigaciones de mercado  
Métodos e instrumentos de recolección de información  
Análisis estadístico de datos de mercado  
Construcción y presentación de informes de mercado

- ❖ Investigación de mercado y métodos cuantitativos y cualitativos



### **MODULO 3: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

**Objetivo:** Dar a conocer criterios y metodologías de análisis y de gestión que le permitan formular, evaluar y desarrollar la planificación inicial de un proyecto, considerando las condiciones específicas de la industria vitivinícola bajo un criterio de optimización y eficiencia.

#### **Contenidos temáticos**

❖ Etapas de la formulación de proyectos

Análisis de características específicas de la industria vitivinícola en función del desarrollo y gestión de proyectos  
Conceptos teóricos del desarrollo y gestión de proyectos  
Metodología para la preparación y formulación de proyectos de inversión

❖ Estudios de factibilidad de un proyecto

Estudio de factibilidad técnica de proyectos  
Estudios de factibilidad económica de proyectos.  
Estudios de factibilidad financiera de proyectos

❖ Evaluación de proyectos bajo escenarios de riesgo e incertidumbre

Evaluación de puntos críticos de incertidumbre y riesgo.  
Cálculo de indicadores financieros a través de sensibilización de proyectos

❖ Planificación operativa de proyectos

Planificación estratégica de proyectos  
Metodologías de planificación de actividades  
Diseño de indicadores de control para la gestión de desarrollo del proyecto.



## **MODULO 4: ANALISIS FINANCIERO DE EMPRESAS VITIVINÍCOLAS.**

**Objetivo:** Interpretar los instrumentos de uso frecuente en la gestión de una empresa vitivinícola.

### **Contenidos temáticos**

- ❖ El balance de una empresa vitivinícola
- ❖ Nomenclatura de un balance (pasivos y activos)
- ❖ El estado de resultados y su relación con la rentabilidad.
- ❖ Ratios de un balance y recomendaciones de gestión financiera
- ❖ Elementos de gestión financiera
- ❖ Análisis de riesgos y carteras de inversión: gestión de recursos financieros.

## **MODULO 5: MARKETING ESTRATÉGICO VITIVINÍCOLA**

**Objetivo:** Dar a conocer los principales elementos estratégicos del marketing haciendo énfasis en el negocio vitivinícola.

### **Contenidos temáticos**

- ❖ Análisis estratégico del negocio vitivinícola
  - Evaluación de oportunidades de negocio
  - La aplicación de la investigación de mercado
  - Estudio de competidores
  - Evaluación de segmentos de mercado
- ❖ Desarrollo de estrategias del negocio vitivinícola
  - Desarrollo de estrategias de posicionamiento del producto vitícola
  - Definición del ciclo de vida del producto vitícola
  - Definición de la posición estratégica
- ❖ Aplicación de técnicas del marketing estratégico
  - Aplicación de la matriz BCG (Boston Consulting Group)
  - Aplicación del análisis estratégico de FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)
  - Aplicación y contexto del análisis industrial de PORTER
  - Otras aplicaciones de importancia

## **MODULO 6: MARKETING OPERATIVO VITIVINÍCOLA**



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

**Objetivo:** Dar a conocer las bases para la construcción de estrategias enfocadas en el marketing operacional de productos vitícolas.

### **Contenidos temáticos**

- ❖ Análisis y contexto del marketing operativo del negocio vitivinícola
- ❖ Desarrollo de la estrategia del producto vitícola
  - El diseño de producto en base a atributos
- ❖ Desarrollo de la estrategia de precio aplicada al producto vitícola
  - El proceso de fijación de precios
  - Los principales métodos de fijación de precio
  - Bases para la administración de cambios de precio
- ❖ Desarrollo de la estrategia de promoción y publicidad aplicada al producto vitícola
  - Las opciones de comunicación para el negocio vitícola
  - La estructura de comunicación eficaz
- ❖ Desarrollo de la estrategia de plaza comercial aplicada al producto vitícola
  - El diseño del canal comercial vitivinícola
  - Bases para la administración de canales comerciales

### **MODULO 7: TALLER DE MARKETING VITIVINÍCOLA**

Objetivo: Integrar conocimientos de los diferentes módulos para estructurar un plan de marketing

Estructura de un plan de marketing

Desarrollo de un plan de marketing para una empresa vitivinícola.



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

## PROFESORES

**MARCOS MORA G.** (Director Académico). Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile, Doctor en Economía de la Empresa Agraria y Alimentaria, Universidad Miguel Hernández, España. Actualmente es Profesor del Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile, en la cual imparte la asignatura de Economía y Comercialización Vitivinícola en los programas de postgrado. Ha sido asesor del Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, IICA, ODEPA, Fundación Chile y de importantes empresas privadas del sector agrícola. Actualmente es Director del Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Chile. Ex director de INICIA, Incubadora de Negocios de la Corporación Chilena del Vino. Áreas de especialización: Agronegocios, Marketing e Investigación de Mercados Agroalimentarios y Vitivinícolas.

**RICARDO MARCHANT SILVA.** Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. M. Sc. Economía Agraria, Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesor Departamento de Economía Agraria, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile. Ha sido especialista sectorial de la Oficina de Política Agraria del Ministerio de Agricultura de Chile y Economista de la Fundación para la Innovación Agraria. Especialista en Economía Agraria y Organización Industrial.

**ARTURO CAMPOS M.,** Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. M. Sc. Utah University en Economía Agraria. Profesor del Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile y Jefe de Finanzas INIA-La Platina. Área de especialización: análisis financiero y proyectos.

**JAIME RODRÍGUEZ M.** Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. M. Sc. Pontificia Universidad Católica. Enólogo. Actualmente es profesor de Agro-Ecología de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile. Área de especialización: Desarrollo de la agricultura orgánica.

**MAURICIO MEYER DE G.** Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. Diplomado en Economía de la Producción, Instituto Agronómico de Paris, Francia. Fue jefe de del Área Certificación de Calidad de Productos Agrícolas frescos y procesados de la División Agroindustrial de Fundación Chile. Actualmente es profesor *part time* del Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Chile, donde tiene a su cargo la Cátedra de Gestión de Empresas Agropecuarias.

**MARUJA CORTES B.** Ingeniero agrónomo, Universidad Austral de Chile. M. Sc. Desarrollo Agrícola. Actualmente es Profesor del Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile. Su experiencia académica y profesional se ha centrado en el análisis financiero y de inversiones agrícolas.

**NICOLAS MAGNER P.** Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. Magíster en Administración, Universidad Adolfo Ibáñez. Profesor del Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile. Área de especialización: análisis financiero.





UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

---

## PROFESORES INVITADOS.

**FERNANDO MARTINO V.** M.Sc Marketing Internacional de Alimentos, Universidad de Newcastle, Reino Unido. Ingeniero Agrónomo, Universidad de Chile. Actualmente es Gerente de Negocios de DKSH Chile S.A. Inteligencia de Mercados. Profesor invitado en varias asignaturas de pregrado y postgrado de la Universidad de Chile. Ex. Director de Wines of Chile en representación de la Universidad de Chile. Área de especialización: Marketing agroalimentario.

**BERTA SCHNETTLER.** Ingeniera Agrónoma, Dra. Universidad Autónoma de Madrid. Profesora de Marketing y Economía Agraria, Universidad de la Frontera, Temuco. Área de especialización: Marketing e Investigación de Mercados Agroalimentarios.

**HERNAN AMENABAR.** Ingeniero Agrónomo - Enólogo. Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es el Presidente de la Asociación de Enólogos de Chile y es el Gerente de la Viña Undurraga.

## REQUISITOS PARA LA POSTULACIÓN

- ✓ Adjuntar fotocopia de título profesional o de Licenciatura, otorgado por una universidad nacional o extranjera.
- ✓ Adjuntar curriculum vitae
- ✓ Presentar formulario de postulación.
- ✓ El comité académico del programa evaluará cada postulación, los resultados de ésta se enviarán por e-mail a cada postulante el día 5 de agosto de 2011 y tendrá como plazo máximo para formalizar su matrícula el día 26 de agosto de 2011.

## DURACIÓN

72 hrs. presenciales, más 120 horas en modalidad on line.

## CALENDARIO

- Fecha de inicio: 07 de octubre de 2011.
- Fecha de término 07 de enero de 2012.



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

## HORARIOS Y FECHAS DE CLASES

Programación Semanal	Fecha		
	Viernes	Sábado	Horas
Octubre/2011	07	08	6
Octubre/2011	14	15	6
Octubre/2011	21	22	6
Octubre/2011	28	29	6
Noviembre/2011	04	05	6
Noviembre/2011	11	12	6
Noviembre/2011	18	19	6
Noviembre/2011	25	26	6
Diciembre/2011	02	03	6
Diciembre/2011	09	10	6
Diciembre/2011	16	17	6
Enero/2012	06	07	6

Los horarios son de 15:00 a 18:00 horas los días viernes y de 9:00 a 12:00 horas los días sábado.

### REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA

1. Aprobar todos los módulos del programa con nota mínima 4,0
2. Asistencia mínima de 75% del total de sesiones presenciales.

### COSTO DEL PROGRAMA Y FORMA DE PAGO:

El programa tiene un costo de \$ 1.500.000. Consulte su forma de pago, descuentos importantes por pago contado.

Código SENCE en trámite.

### LUGAR DE REALIZACIÓN

Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile.

### INFORMACIONES

Director del Programa de Diplomado: Dr. Marcos Mora G.

E-mail: [mmorag@uchile.cl](mailto:mmorag@uchile.cl)

Secretaría: Claudia Olguín M.

E-mail: [econagra@uchile.cl](mailto:econagra@uchile.cl)

Fono: 562-978 57 79:

Casilla 1004 / Santiago.

Fax:(56-2) 978 57 90



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRARIA

## DIPLOMA DE POSTÍTULO

### "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EMPRESAS VITIVINÍCOLAS".

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

#### Datos personales

Nombre Completo	
R.U.T.	
Fecha de nacimiento	
Teléfono y Fax	
Dirección personal	
Dirección postal	
Email	

#### Estudios

Título**	
Universidad	
Fecha de obtención	

\*\*Los postulantes que estén en las fases finales de su proceso de titulación podrán postular a Diplomado y cursarlo, siempre y cuando materialicen su titulación antes del término del mismo.

#### Antecedentes laborales

Fecha	Cargo	Empresa

#### Fuente de financiamiento (marcar con una X)

Empresa	<input type="checkbox"/>	Particular	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	------------	--------------------------

\_\_\_\_\_  
Firma del postulante

Enviar la presente solicitud por FAX al 02-9785790 o al email: [econagra@uchile.cl](mailto:econagra@uchile.cl)