



## DINAMIZA ASESORES

Toledo, 128, 4º D  
28005 Madrid  
España  
Tel. 91 473 45 26  
[www.dinamizaasesores.com](http://www.dinamizaasesores.com)  
[info@dinamizaasesores.com](mailto:info@dinamizaasesores.com)



## Instituto Superior de Arte · I|Art

Antonio Maura, 8, 1º  
28014 Madrid  
España  
Tel. 91 521 44 93  
[www.iart.es](http://www.iart.es)  
[info@iart.es](mailto:info@iart.es)

## SEMINARIO

### *MKTENO. Marketing enoturístico eficaz<sup>1</sup>*

#### Coordinador:

#### D. Manuel Romero.

Experto en Planificación y Gestión Turística. Licenciado en Ciencias Químicas por la UCM. Máster OMT-GTAT en Alta Gestión en Política y Estrategia de los Destinos Turísticos por la UOC. Máster en Dirección y Administración de Empresas (MBA) por el Instituto de Directivos de Empresas CESEM. Es auditor acreditado por el ICTE, evaluador del Modelo EFQM, evaluador, formador y gestor de destinos certificado por el actual modelo SICTED. Se incorpora a la Consultoría en 1995 en QUALITY SYSTEM ESPAÑA, donde centra su actividad en el diseño, desarrollo e implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad. Fue Director del proyecto de creación de una Marca de Calidad para el pequeño comercio, en colaboración con AENOR, siendo autor del libro *Cómo mejorar la calidad en el Pequeño Comercio*. En el año 2002 crea el Área de Turismo en esta firma. Tres años más tarde se incorpora a Antar Estrategias Creativas, en calidad de Gerente, donde asume la coordinación de la tercera fase del proyecto "Rutas del Vino de España". En marzo de 2007 crea DINAMIZA Asesores, firma de Consultoría turística especializada, que ha desarrollado numerosos proyectos relacionados con enoturismo y creación de productos enoturísticos. Fue Director Técnico de la cuarta fase del proyecto "Rutas del Vino de España", proyecto en el que participaron 19 zonas enoturísticas repartidas por toda la geografía española. Ha impulsado el proceso de creación de varias Rutas del Vino y ha desarrollado nuevas líneas de trabajo basadas en la innovación para distintos productos enoturísticos. Ha participado en el "Plan Estratégico de Enoturismo de Vinos de Madrid", "Plan de Estratégico de Enoturismo en Logroño", estudio para la creación de la "Ruta del Vino de la Ribeira Sacra", "Plan de

<sup>1</sup> Para participar en este programa es necesario presentar carta de motivación, carta de presentación y CV. El número máximo de participantes es de 20 alumnos.

Marketing de la Ruta do Viño do Ribeiro”, “Plan de Competitividad” y “Plan de Formación” también para esta ruta. Ha puesto en marcha la creación de la “Ruta del Vino de Ribera del Guadiana”, “Ruta del Bierzo”, “Plan de Innovación de las Rutas del Vino y el Brandy de Marco de Jerez”, “Club de Prescriptores para la Ruta del Vino de Rioja Alavesa”, y auditorías de un buen número de Rutas del Vino. Actualmente dirige la quinta fase del proyecto “Rutas del Vino de España”, en el que participan 21 rutas del vino de España y más de 400 bodegas.

Más información en <http://www.dinamizaasesores.com>.

### Equipo Docente:

#### **D. Fernando Valmaseda.**

Experto en Comunicación Integral especializada en el Sector del Turismo, el Ocio y la Gastronomía. Licenciado en Ciencias de la Información, en la rama de Periodismo y en la rama de Imagen y Sonido, por la UCM. Lleva más de 21 años ejerciendo su profesión, ostentando la dirección de importantes medios de comunicación y logrando la fundación, bajo proyectos originales suyos, de algunas de las cabeceras más importantes del mundo editorial español. Inició su experiencia en prensa escrita diaria incorporándose al Diario *El Mundo*, donde creó y dirigió algunos de los suplementos más importantes de este periódico. Posteriormente, y tras su etapa en el Diario *El País*, se incorporó como Coordinador Editorial del área de publicaciones del Diario *ABC*, donde dirigió algunos proyectos y revistas. Después de haber formado parte de otras iniciativas profesionales, como la Dirección Editorial del Grupo Editorial AGB (subdirección de la Revista *España Desconocida* y la Dirección Editorial de las restantes cinco publicaciones del Grupo), la Dirección de la Revista *Escapada* (bajo un proyecto original suyo) o la Dirección del Grupo Mas Viajes (creación y dirección de seis cabeceras bajo proyectos originales propios), en el año 2002 crea el GRUPO RV EDIPRESS, que en la actualidad está considerado en España como la Agencia Líder en Comunicación especializada en el sector del Turismo, el Ocio y la Gastronomía (premio a la “Mejor Agencia de Comunicación Española en 2008”). Formador especializado en Comunicación y Publicidad, durante las sesiones aportará una visión integral de las mejores técnicas para comunicar en la actualidad, las nuevas tendencias existentes en los medios de comunicación y diferentes casos prácticos en los que están trabajando relacionados con el mundo del enoturismo.

Más información en <http://www.rvedipress.com>

#### **Dña. Ana López.**

Experta en Planificación y Marketing Turístico. Licenciada en Dirección y Gestión de Empresas Turísticas por CDTUR, completa su formación con el Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC. Su trayectoria profesional comenzó colaborando en distintas empresas turísticas de referencia nacional, como NH Hoteles, Catai Tours y Rusticae, en los departamentos de Marketing, Comercial y Consultoría. Posteriormente continúa su formación fuera de España y cuando regresa comienza a trabajar en Occidental Hoteles, empresa en la que permanecerá durante 6 años desarrollando distintos puestos de responsabilidad en Marketing, Comercial y Dirección General. En el año 2006 pasa a formar parte del equipo de la consultora turística Antar Estrategias Creativas como

Consultora Sénior responsable del Área de Marketing, desarrollando diferentes proyectos a nivel nacional. Posteriormente dedica un año a la colaboración internacional en proyectos de ayuda humanitaria. Actualmente forma parte del equipo técnico de DINAMIZA Asesores como especialista en Marketing y Planificación, desarrollando proyectos relacionados principalmente con el enoturismo (Creación de Clubes de Prescriptores, Planes de marketing de enodestinos, Planes de Creación y Competitividad de Rutas del Vino nacionales,...) así como en el área de formación, mediante la realización de talleres y jornadas técnicas de creación de productos experienciales y aplicación del marketing eficaz.

Más información en <http://www.dinamizaasesores.com>

## PRESENTACIÓN

El turismo del vino es una modalidad turística de gran crecimiento en la actualidad que ayuda a potenciar la imagen de marca de los destinos y sus empresas, a comercializar nuevos productos y servicios, y a potenciar los vinos de las bodegas y el territorio, creando, por lo tanto, un nuevo argumento de venta. Esto, en muchos casos, permite generar una línea de ingresos alternativa para las bodegas que puede llegar a ser muy significativa.

La clave del éxito está en la profesionalización de esta actividad, en la calidad y exclusividad de la oferta turística, basada en aquello que nos hace diferente y únicos, y en la comunicación y venta apropiada, de modo que se integre en la estrategia global de la bodega y del destino.

### METODOLOGÍA

El proceso de aprendizaje está basado en la exposición de los contenidos teóricos y su aplicación en los distintos talleres prácticos, tanto en el aula (análisis de casos reales), como fuera de ella (sesión enoturística experiencial que incluye visita a bodega y museo del vino). Un método que persigue que todos los conceptos sean interiorizados por cada uno de los participantes, como coprotagonistas activos en cada una de las sesiones formativas.

La metodología se basa, por lo tanto, en un proceso de aprendizaje activo, y se apoya en tres conceptos fundamentales:

1. **Centrada en las personas:** el asistente es coprotagonista en cada una de las sesiones, llegando a integrar los conocimientos, ya que éstos son abordados inicialmente de forma teórica y posteriormente puestos en práctica en cada uno de los talleres y actividades prácticas.
2. **Contenidos basados en casos reales:** fruto de la experiencia y conocimiento del sector por cada uno de los miembros del equipo de formación de manera individualizada (desempeño continuo de sus funciones) o colectiva (trabajo como equipo técnico), se expondrán ejemplos y situaciones habituales que se presentan en el sector.

3. **Continua I+d+i:** máxima actualización. Detección y presentación de las últimas tendencias del mercado y sus posibles soluciones, basadas en la innovación efectiva y sostenible, aunque éstas aún no hayan sido puestas en marcha.

En cada sesión se habilitarán periodos para que los equipos de trabajo puedan desarrollar las distintas fases de los talleres. En esos periodos, el equipo de profesores tutorizará todo el proceso.

#### Soportes para el asistente.

Cada uno de los asistentes recibirá un dossier con los contenidos que se tratarán en cada una de las sesiones y los materiales-soporte de los diferentes talleres prácticos.

#### **A QUIÉN VA DIRIGIDO**

- Gestores y/o técnicos de destinos turísticos en los que existen recursos relacionados con el turismo del vino.
- Propietarios, directivos y responsables de bodegas.
- Profesionales interesados en introducir o continuar desarrollando en sus organizaciones procesos relacionados con el turismo del vino (guías de bodegas, responsables enoturismo,...).
- Personas interesadas en desarrollar su carrera profesional en el ámbito enoturístico.

Para participar en este programa es necesario presentar carta de motivación, carta de presentación y CV. El número máximo de participantes es de 20 alumnos.

## PROGRAMA y CALENDARIO

La actividad enoturística necesita un marketing específico (estrategias y tácticas) que permita alcanzar los objetivos prefijados, siendo un referente en el mercado, con el mínimo esfuerzo y costes posibles.

- o ¿Conocemos los productos exitosos y estrategias de marketing más efectivas?
- o ¿Qué hace la competencia? ¿Cómo se promocionan los mejores?
- o ¿Contamos con una oferta enoturística acorde con nuestra imagen y marca?
- o ¿Cómo innovar en enoturismo?
- o ¿Conocemos qué productos son los que mejor atraen, captan y fidelizan a los clientes?
- o ¿Conocemos y contamos con los soportes promocionales necesarios y eficaces?
- o ¿Sabemos qué canales de comunicación y comercialización son los más efectivos?
- o ¿Qué acciones promocionales realizar?
- o ¿Conocemos y utilizamos las nuevas tecnologías antes, durante y después de la prestación del servicio?
- o ¿Quedan los clientes satisfechos?

### Viernes, 7 de Mayo

---

10:00 a 12:00 hrs. 19ª Sesión.  
INTRODUCCIÓN AL SEMINARIO III.  
Presentación de la metodología.  
Recursos y herramientas.

MÓDULO I.  
*El marketing enoturístico: una pieza de desarrollo esencial para las bodegas.*  
Evolución y situación del entorno y oferta actual.

MÓDULO II.  
*Aspectos clave.*  
Identificación de los elementos esenciales del marketing experiencial dentro de la estrategia del destino/empresa.  
Pasos a seguir para la transformación.  
Replanteamiento de los procesos internos.

12:00 a 12:30 hrs.  
Descanso.

**12:30 a 14:30 hrs., 20ª Sesión.**

MÓDULO III:

*Estrategia de mercado: mis clientes de hoy, los clientes de mañana.*

Las claves para entender al nuevo consumidor.

Perfiles de enoturistas

Identificación de nuevas necesidades y expectativas.

Identificación de las potencialidades de mi destino /negocio.

Tipos de estrategias aplicables.

Taller práctico I: "¿Quién es quién?". Identificación de públicos objetivos.

**14:30 a 16:00 hrs.**

Comida de trabajo (*networking*).

**16:00 a 18:00 hrs., 21ª Sesión.**

MÓDULO IV.

*Estrategia de producto.*

Identificación y selección de las estrategias de la oferta enoturística más eficaces.

MÓDULO V.

*El factor precio.*

Barreras de entrada, precios psicológicos y promociones.

Taller práctico II: "Creando una oferta competitiva". Aplicación práctica de los contenidos.

**18:00 a 18:30 hrs.**

Descanso.

**18:30 a 20:30 hrs., 22ª Sesión.**

MÓDULO VI.

*Estrategia de comercialización: canales de comercialización.*

Cómo vender la oferta enoturística.

Taller práctico III: "¿Me compras?". Aplicación práctica de los contenidos.

## Sábado, 8 de Mayo

---

**10:00 a 12:00 hrs., 23ª Sesión.**

MÓDULO VII.

*Estrategia comunicacional.*

*Branding* enoturístico.

Identificación de los soportes de promoción tradicionales e innovadores.

Selección y desarrollo de la estrategia comunicacional.

Canales de promoción. Fidelización. Técnicas

12:00 a 12:30 hrs.  
Descanso.

12:30 a 14:30 hrs., 24ª Sesión.

MÓDULO VIII.

Ejemplos de éxito.

Taller práctico final: "Hoy enoturismo a la carta". Aplicación práctica final de todos los módulos.

### *Experiencia enoturística vivencial (Opcional).*

**Sábado, 22 de Mayo**

---

Taller práctico: "Experiencia enoturística vivencial".

08:00 hrs.	Salida de Madrid.
10:15 hrs.	Llegada a la Ruta del Vino de Ribera del Duero.
10:30 hrs.	Visita a una Bodega de reconocido prestigio para analizar de primera mano el potencial enoturístico del mismo (Abadía Retuerta, Arzuaga, Finca Torremilanos, otros...).
	Presentación de su proyecto enoturístico.
	Jornada de trabajo con los responsables del Área de Enoturismo de la Bodega.
13:00 hrs.	Visita guiada a Peñafiel – Cuna de la Ribera del Duero.
14:15 hrs.	Comida típica en Restaurante especializado. Entrantes, Lechazo, Postres, maridado con vinos Ribera del Duero.
16:15 hrs.	Charla coloquio del grupo: Análisis de la experiencia enoturística.
17:00 hrs.	Visita al Museo del Vino de Peñafiel.
18:45 hrs.	Viaje de regreso a Madrid.
20:45 hrs.	Llegada prevista a Madrid.

## LECTURAS RECOMENDADAS

- DATZ, Christian y KULLMANN, Christof: *Winery Desing*. Teneues Publishing Group. Milano, 2006.
- ELÍAS PASTOR, Luis Vicente: *El turismo del vino: otra experiencia de ocio*. Universidad de Deusto. Bilbao, 2006.
- HARTJE, Hans y PERRIER, Jeanlou: *Wineries Bodegas. Architecture & Desing, Arquitectura y Diseño*. H Kliczkowski Onlybook. Madrid, 2004.
- VV.AA.: *Guía del turismo del vino en España 2010*. Guías Touring. Anaya. Madrid, 2009.
- VV.AA.: *Rutas del Vino de España. Manual de Producto*. TURESPAÑA y AVECIN. Madrid, 2009.

## DIRECCIONES Y RECURSOS DE INTERNET

1. Organización Mundial del Turismo (OMT).  
<http://www.world-tourism.org/>
2. Rutas del Vino de España.  
<http://www.spain.info/TourSpain/Rutas+Vino/>  
<http://www.wineroutesofspain.com/>
3. Rutas del Vino de Argentina.  
<http://www.argentina.gov.ar/argen>
4. Intermediarios.  
<http://www.enodestino.com/>  
<http://www.enoviajes.com/>  
<http://www.turismodevino.com/>  
<http://www.rutasdevino.com/>
5. Marketing news.  
<http://www.marketingnews.es>
6. Blogs y foros de enoturismo.  
[http://dinamizaasesores.wordpress.com.](http://dinamizaasesores.wordpress.com)  
<http://www.enoturismo.be/>  
<http://www.turismo20.com/group/enoturismo/forum>

## MÉTODO I|Art

Los diferentes programas del I|Art tienen una estructura modular. A través de este sistema el alumno puede acceder a una formación específica sobre una materia concreta (Seminario) o cursar un programa completo sobre un área de conocimiento (Laboratorio).

Esto permite que cada estudiante, de forma individual, elabore su propio perfil académico en función de sus necesidades y expectativas (elección libre de materias – modelo anglosajón).

En este caso, el Seminario *Guías turísticas de bodegas*, se complementa con los Seminarios que se detallan a continuación, dando lugar al *Laboratorio Experiencial de Enoturismo: Claves de éxito para la gestión del Turismo del Vino*, constituido por 60 horas lectivas:

■ **GUIATUR:** *Guías turísticas de bodegas*, constituido por un total de 24 horas lectivas.

■ **DIRGES:** *Dirección y gestión enoturística de la bodega*, constituido por un total de 12 horas lectivas.

■ **GESENO:** *Gestores enoturísticos*, constituido por un total de 12 horas lectivas.

A los seminarios se suman las comidas de trabajo (7,5 horas) y la jornada de “Experiencia enoturística vivencial (6 horas).

La “Experiencia enoturística vivencial” se plantea como una actividad opcional para los alumnos de los seminarios en la que poder conocer en directo las cuestiones tratadas a lo largo de las sesiones del mismo.

## MODALIDADES FORMATIVAS

Programa disponible únicamente en “Modalidad Presencial”.

## CERTIFICADOS y DIPLOMAS

Este programa da lugar a "Certificado de Asistencia" o a "Certificado de Aprovechamiento".

Para poder optar al "Certificado de Asistencia" es necesario:

- Una asistencia mínima al 80%, no aceptándose justificación alguna para las ausencias.
- La entrega, antes del tercer día de clase, bien al Profesor, bien a la Secretaría del I|Art, de la "Ficha de Alumno", correctamente cumplimentada.

Para poder optar al "Certificado de Aprovechamiento" es necesario:

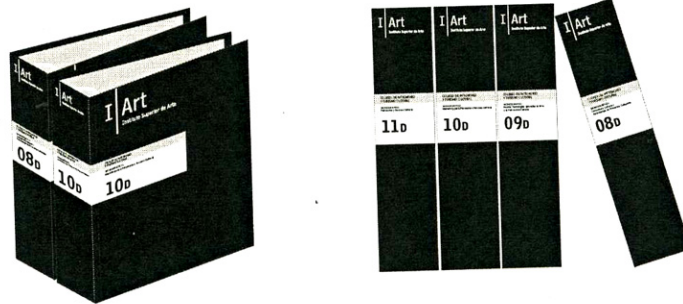
- Una asistencia mínima al 80%, no aceptándose justificación alguna para las ausencias.
- La entrega, antes del tercer día de clase, bien al Profesor, bien a la Secretaría del I|Art, de la "Ficha de Alumno", correctamente cumplimentada.
- La superación de los trabajos o pruebas establecidos por el Cuadro Docente, variable en función del Grado o Nivel del Curso.

En todo caso, los gastos de expedición están incluidos en el precio del curso.

Los Certificados y Diplomas se expiden a la finalización del Curso correspondiente previa solicitud expresa realizada por el ALUMNO a través del formulario correspondiente de la sección "Alumni" de [www.iart.es](http://www.iart.es)

Para más detalles y requisitos, se recomienda consultar la "Normativa de Evaluación" del I|Art y el punto "Solicitud de Certificados, Diplomas y Títulos" de la sección "Alumni" de [www.iart.es](http://www.iart.es)

## DOCUMENTACIÓN – MATERIAL PEDAGÓGICO



El material pedagógico constituye una de las propuestas de valor y uno de los elementos diferenciales más destacados e importantes de la formación impartida en el I|Art.

Está elaborado por profesores altamente cualificados (ver Equipo Docente) y supervisado por un Consejo Asesor dirigido por la Jefatura de Estudios y la propia Dirección del I|Art.

Este material está conformado por:

- "Notas Técnicas", de elaboración propia.
- "Documentos adicionales", de elaboración propia o externa.

Todo el material pedagógico se pone a disposición del alumno en un área privada alojada en [www.iart.es](http://www.iart.es), a la que el alumno accede mediante usuario y contraseña. Una vez en ella, el alumno podrá descargar el material y trabajarlo off line.

El material pedagógico del I|Art es un material multiformato:

- Formato digital: las "Notas Técnicas" (y los "Documentos adicionales") se encuentran alojadas, en formato PDF, en el área privada correspondiente, a la que el alumno accede a través de "usuario" y "contraseña".
- Formato papel: las "Notas Técnicas" (y los "Documentos adicionales") pueden imprimirse y almacenarse en los archivadores correspondientes dando lugar a un "Manual" (el alumno puede adquirir los archivadores a través de la Librería de [www.iart.es](http://www.iart.es) o personalmente en la Secretaría del I|Art).

En su conjunto, el material pedagógico del Curso tiene un doble valor:

- Desde un punto de vista estático, es una excelente obra de consulta.
- Desde un punto de vista dinámico, es un completo programa de trabajo.

El número de "Notas Técnicas" y de "Documentos adicionales" es equivalente al número de Sesiones. Puede consultar ejemplares de muestra en la Secretaría del I|Art.

## PLAZOS Y FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

El plazo de matrícula finaliza cuando se cubran las plazas de cada uno de los Seminarios o del Laboratorio. Los grupos se completarán por riguroso orden de formalización de la matrícula.

La matrícula se abona en un solo plazo o en un máximo de 2 plazos. En el caso de acogerse a la modalidad de pago fraccionado:

- El primer pago deberá realizarse mediante tarjeta (de crédito o de débito); mediante transferencia bancaria o mediante ingreso en efectivo en cualquier sucursal del Grupo Banco Santander (CC: 0049 – 1182 – 38 – 2010376912); o mediante pago en metálico en la Secretaría del Instituto. En tanto que fecha, el primer pago podrá realizarse en cualquier momento del año.
- El segundo pago deberá realizarse mediante la misma opción de pago que la utilizada para abonar el primer pago. En tanto que fecha, el segundo pago se realizará 30 días después del primer pago o, como muy tarde, el primer día de clase.

La falta de asistencia del alumno a una o más clases del Laboratorio o Seminario no lo exime del pago del Laboratorio o Seminario completo. El importe abonado en concepto de matrícula no será devuelto, salvo por la no convocatoria del curso.

Para ingresos desde fuera de España:

- Código IBAN: ES66 0049 – 1182 – 38 – 2010376912
- Código SWIFT: BSCHEM33

Para “Becas y Descuentos”, consultar la sección correspondiente de [www.iart.es](http://www.iart.es)

## NOTA

Es intención de la Dirección del **Instituto Superior de Arte** que los cambios o modificaciones de horarios o ponentes sobre esta planificación sean los mínimos posibles. En caso de cambios, los alumnos recibirán con la mayor antelación posible una nota de la Dirección comunicándoles el cambio producido y el motivo del mismo.

La Dirección del **Instituto Superior de Arte** se reserva el derecho a alterar esta programación, modificar el contenido del curso o cambiar profesores, siempre que lo aconseje el mejor cumplimiento de los objetivos docentes o cuando circunstancias imponderables lo requieran.

El **Instituto Superior de Arte** acogerá las sugerencias de los alumnos que considere de interés para el perfeccionamiento de los cursos y demás actividades que se organicen.

## INFORMACIÓN DEL CURSO

■ **Duración:**

MKTENO. *Marketing enoturístico eficaz.* 7 y 8 de Mayo.  
*Experiencia enoturística vivencial.* 22 de Mayo.

■ **Nº horas:** 13,5 (lectivas: 12; comidas de trabajo y *networking*: 1,5).  
*Experiencia enoturística vivencial*: 6 horas.

■ **Horario:** Viernes de 10:00 a 20:30 hrs. y Sábado, de 10 a 14:30.

■ **Precios:**

**Seminario:**

- General: un pago de 480 € o dos pagos de 240 €.
- Antiguos Alumnos (descuento del 20%): un pago de 384 € o dos pagos de 192 €.
- Miembros de instituciones y empresas colaboradoras del I|Art (Instituto de Empresa, Banco Santander, Christie's...), (descuento del 10%): un pago de 432 € o dos pagos de 216 €.

**Taller "experiencia enoturística vivencial":**

- General: un pago de 200 €.
- Antiguos Alumnos (descuento del 20%): un pago de 160 €.
- Miembros de instituciones y empresas colaboradoras del I|Art (Instituto de Empresa, Banco Santander, Christie's...), (descuento del 10%): un pago de 180 €.

En el precio de Matrícula están incluidas la Comida de Trabajo señalada en el programa.  
El Taller "experiencia enoturística vivencial" del día 22 de Mayo es optativo.

---

Si desea matricularse a través de Internet, pulse [aquí](#).

Si desea más información de este programa, pulse [aquí](#).