vinetur

La UCLM acerca la enología al comercio exterior para vender mejor el vino fuera de España

Alumnado de Enología y Comercio Internacional comparte claves para presentar el producto ante importadores y distribuidores

viernes 27 de noviembre de 2026



La Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad de Castilla-La Mancha reunió este jueves, 26 de noviembre, en Ciudad Real a alumnado y profesorado del Grado de Enología y del ciclo formativo de grado superior de Comercio Internacional del IES Maestre de Calatrava para celebrar San Andrés 2026, patrón de los enólogos. El eje de la jornada fue una pregunta muy concreta: cómo pasar de elaborar un buen vino a encontrar compradores fuera de España.

La sesión comenzó a las 9.30 horas y contó con la participación de la vicerrectora de Estudiantes y Empleabilidad de la UCLM, Amaya Romero Izquierdo; el director de la Escuela, Francisco Jesús García Navarro; el coordinador del Grado de Enología, José Ramón Carrillo, y la subdelegada del alumnado, Raquel Covadonga. Desde la universidad explican que el objetivo era acercar dos perfiles que suelen formarse por separado: quienes trabajan en la parte técnica del vino y quienes deben abrirle camino en otros países.

Ese planteamiento se apoya en el convenio suscrito entre la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de Castilla-La Mancha y la UCLM. La idea del acuerdo es que los futuros enólogos conozcan mejor las exigencias de la comercialización exterior y que quienes se preparan para trabajar en exportación comprendan con más detalle las características del producto que tendrán que presentar a importadores y distribuidores. La colaboración incluye además el Observatorio Maestres de la Exportación, OBSERMAEX, creado para identificar las capacidades que piden las empresas exportadoras y trasladarlas a los programas formativos con la intención de mejorar la empleabilidad.

Uno de los momentos centrales fue la clase magistral Una vida de experiencias enológicas y eventos. El valor y el precio de la libertad empresarial, impartida por Otilia Romero de Condés, consejera delegada de Pomona Keepers, y Vicente Sánchez Migallón, enólogo, ingeniero técnico agrícola y empresario. Ambos repasaron su trayectoria profesional y la creación de la World Wine Bulk Exhibition, la feria internacional del vino a granel que se celebra en Ámsterdam.

Romero de Condés y Sánchez Migallón explicaron que esa feria nació para dar respuesta a una necesidad muy concreta del sector: facilitar el contacto directo entre bodegas y cooperativas y los compradores internacionales. Su planteamiento, según relataron durante la jornada, buscaba reducir el peso de los intermediarios y permitir a los productores conocer mejor qué pide cada mercado y cómo defender el valor de sus vinos en la negociación comercial.

La intervención de ambos sirvió también para llevar al aula algunos de los problemas habituales del sector vitivinícola de Castilla-La Mancha. Entre ellos citaron la necesidad de ganar presencia en el exterior, conocer mejor a los compradores, tejer alianzas y poner en marcha proyectos empresariales capaces de abrir nuevas oportunidades de venta. Los dos ponentes hablaron además de decisiones difíciles, de iniciativas que no siempre prosperan y de la importancia de combinar preparación técnica con iniciativa y capacidad de adaptación.

Durante su intervención, Romero de Condés se dirigió de forma directa al alumnado y les animó a conducir su carrera con “curiosidad, valentía y coherencia”. La empresaria añadió que el éxito no debe medirse solo por los resultados y resumió esa idea con una frase dirigida a los futuros profesionales: “No se trata de llegar muy lejos. Se trata de que el camino os merezca la pena”.

La jornada reservó otro bloque a la uva airén, una de las variedades más ligadas a Castilla-La Mancha. Joaquín Parra, consejero delegado de Wine Up Consulting, ofreció una ponencia acompañada de una cata para mostrar distintas elaboraciones y acercar al alumnado las posibilidades de esta variedad. La actividad permitió relacionar el trabajo de bodega con la manera de presentar el producto en el mercado y con los argumentos que pueden ayudar a diferenciarlo ante compradores y consumidores.

Desde la UCLM señalan que esa parte del programa responde a una cuestión de fondo para el sector: convertir las singularidades de las variedades autóctonas en elementos de valor comercial. Para lograrlo, sostienen, no basta con el conocimiento enológico. También hace falta saber comunicar el producto, fijar su posición en cada mercado y comprender qué buscan los operadores internacionales.

La jornada terminó con un homenaje de la UIOE a Vicente Sánchez-Migallón, expresidente de este organismo, en reconocimiento a su trayectoria y a su labor internacional en defensa de la profesión.