

**SERVICIO NACIONAL DE CAPACITACIÓN
Y EMPLEO (SENCE)**

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
(SERNATUR)**

**OTIC DEL COMERCIO, SERVICIOS Y
TURISMO**

**ANÁLISIS DE NECESIDADES, PERFILES
OCUPACIONALES, COMPETENCIAS
REQUERIDAS Y PLAN DE FORMACIÓN
PARA EL SECTOR DE ENOTURISMO EN
LA REGIÓN METROPOLITANA**

***CAPITAL HUMANO PARA EL
ENOTURISMO EN EL VALLE DE MAIPO***

***MAPA OCUPACIONAL
MAPA COMPETENCIAL
MAPA DE CAPACIDADES***

INFORME FINAL

infyde iD

Julio 2017

Índice

1/ INTRODUCCIÓN	1
1.1/ OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO	1
1.2/ METODOLOGÍA	2
2/ CONTEXTO GENERAL	5
2.1/ EL PROGRAMA ESTRATÉGICO MESO REGIONAL “ENOTURISMO SUSTENTABLE EN LA ZONA CENTRAL”	5
2.2/ EL ESTUDIO DE PERFILES OCUPACIONALES, COMPETENCIAS Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	7
3/ EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO DEL FUTURO	8
3.1/ ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE Y CAPITAL HUMANO	8
3.2/ TENDENCIAS INTERNACIONALES DE PROGRAMAS DE DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO	12
3.3/ RETOS DE CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN CHILE	16
4/ DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO	21
4.1/ EMPRESAS DEL TURISMO Y EL VINO	27
4.2/ EL CAPITAL HUMANO DEL TURISMO Y EL VINO	38
4.3/ EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	47
4.3.1/ <i>RETOS</i>	47
4.3.2/ <i>ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE</i>	50
4.3.3/ <i>PRODUCTOS ENOTURÍSTICOS</i>	53
5/ MAPA OCUPACIONAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	56
5.1/ DEMANDA DE PERFILES LABORALES PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	56
5.1.1/ <i>CALIDAD DEL PRODUCTO</i>	57
5.1.2/ <i>GESTIÓN DEL NEGOCIO</i>	61
5.1.3/ <i>INNOVACIÓN</i>	65
5.1.4/ <i>COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN</i>	69
5.1.5/ <i>COOPERACIÓN EN RED</i>	73
5.2/ LA CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	79

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

5.3/ OCUPACIONES PRIORITARIAS PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	87
6/ MAPA COMPETENCIAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO.....	88
6.1/ DEMANDA DE COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	88
6.1.1/ CALIDAD DEL PRODUCTO	89
6.1.2/ GESTIÓN DEL NEGOCIO	93
6.1.3/ INNOVACIÓN.....	97
6.1.4/ COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN.....	100
6.1.5/ COOPERACIÓN EN RED	101
6.2/ COMPETENCIAS PRIORITARIAS PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	103
7/ MAPA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO.....	104
7.1/ OFERTA DE CAPACITACIÓN DE POTENCIAL INTERÉS PARA EL ENOTURISMO	104
7.2/ ORIENTACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA A LAS NECESIDADES DEL ENOTURISMO.....	108
7.3/ BRECHAS ENTRE LA DEMANDA DE CAPITAL HUMANO Y LA OFERTA FORMATIVA EN EL ÁMBITO DEL ENOTURISMO.....	114
8/ ANÁLISIS FODA	121
9/ CONCLUSIONES.....	122
ANEXO 1/ LISTADO DE EMPRESAS Y AGENTES ENTREVISTADOS .	128
ANEXO 2/ PROGRAMAS INTERNACIONALES DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DE CAPITAL HUMANO.....	132
ANEXO 3/ OFERTA FORMATIVA EXISTENTE PARA EL ENOTURISMO EN EL ENTORNO DEL VALLE DEL MAIPO	167

1/ INTRODUCCIÓN

1.1/ OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO

El presente documento recoge los resultados del “*análisis de perfiles ocupacionales, competencias requeridas y capacidades del capital humano para el sector de enoturismo en el Valle del Maipo (Región Metropolitana)*”.

El objetivo del estudio ha sido identificar las ocupaciones y las competencias demandadas en el capital humano por parte del tejido empresarial del enoturismo del Valle del Maipo. También conocer la oferta formativa que existe dirigida a capacitar a profesionales del enoturismo. Y finalmente, contrastar las demandas con la oferta para identificar las brechas de cualificación existentes para el desarrollo competitivo y la especialización inteligente del sector.

La finalidad consiste en mejorar el posicionamiento competitivo del enoturismo chileno a través de la mejora de la cualificación de los trabajadores que permita un sector más profesionalizado.

En concreto, se pretende impulsar los siguientes avances en las empresas del sector:

- Potenciar la innovación.
- Mejorar la Calidad.
- Favorecer la diversificación de productos.
- Aumentar la productividad.
- Perfeccionar los niveles de sustentabilidad.

Para conseguirlo, este Informe presenta los siguientes entregables:

1. Un **Mapa de Ocupaciones** que identifica y determina las áreas y ocupaciones clave del sector enoturismo.
2. Un **Mapa de Competencias** que identifica y analiza las competencias clave requeridas a los profesionales del enoturismo.
3. Un **Mapa de Capacidades** que presenta la oferta formativa y sus brechas con la demanda de las empresas del enoturismo.

1.2/ METODOLOGÍA

La **metodología** utilizada para la realización de estos Mapas ha tenido un **enfoque mixto**. En **primer lugar**, se ha realizado un **trabajo de gabinete** que ha servido para la realización de una revisión en profundidad de estadísticas, fuentes secundarias de información y referencias bibliográficas que ha dado soporte a la identificación de las **demandas de nuevas ocupaciones y competencias** que el enoturismo necesita para impulsar su **especialización inteligente** en el mercado nacional e internacional.

También para conocer la oferta formativa existente para cualificar a capital humano para el sector enoturismo, y la valoración que el tejido empresarial tiene sobre esta oferta formativa.

En este sentido, la metodología ha tomado como referencia el conocimiento desarrollado y la experiencia de Infyde en materia de definición de necesidades formativas, de elaboración de **Estrategias de Innovación para la Especialización Inteligente RIS3** y de definición de **Hojas de Ruta de los Programas Estratégicos para la Especialización Inteligente**.

Sobre la base de esta información recopilado y procesada, en **segundo lugar** Infyde ha diseñado herramientas específicas de diagnóstico, contraste y priorización, que han servido para crear una dinámica de **proceso participativo** en el que se ha involucrado a empresas, agentes formativos, e instituciones con interés y competencia en el desarrollo del **enoturismo en el Valle del Maipo**.

Se ha buscado crear espacios de trabajo y participación que sirvan de plataforma de impulso a la formación de un **capital humano adecuado** para **fortalecer áreas clave de los negocios de enoturismo**, como son la **calidad**, la **gestión**, la **innovación y desarrollo de nuevos productos**, la **comercialización e internacionalización**, y la **cooperación** en redes.

Un capital humano cualificado para trabajar en estas áreas es una base esencial para impulsar la evolución competitiva del enoturismo chileno y su especialización inteligente en el contexto de los mercados globalizados.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

El proceso participativo ha facilitado la aportación de información relevante por parte de las empresas, instituciones y agentes del sector.

También ha facilitado el contraste de los avances realizados durante la elaboración del estudio, y la priorización de brechas entre oferta y demanda formativa y de perfiles ocupacionales y competenciales para el desarrollo de los negocios enoturísticos.

La metodología ha perseguido la interacción entre empresas, instituciones y agentes estratégicos y relevantes para el impulso competitivo del enoturismo en el Valle del Maipo. La finalidad ha consistido en facilitar la involucración de los actores en las actividades del proceso participativo llevado a cabo.

Ello ha generado capital social que facilitará posteriormente la puesta en marcha y sustentabilidad de las actuaciones definidas.

En el marco de este proceso participativo se han realizado, por una parte, *entrevistas en profundidad*¹. El objetivo ha sido conocer tanto las actuaciones que se habían llevado a cabo como las ocupaciones, las competencias y las características de la oferta formativa existente y demandada de cara al futuro para el crecimiento del enoturismo en el valle.

También se ha desarrollado la celebración de *3 Mesas de Contraste*². Su objetivo ha consistido en presentar la versión preliminar del Mapa Ocupacional, del Mapa Competencial y del Mapa de Capacidades y debatir sobre sus contenidos y los ámbitos en los que se ha de mejorar.

Estas Mesas se han planteado como un espacio en el que las empresas y actores clave, tanto públicos como privados, han recibido información, han debatido sobre los contenidos del avance de las versiones preliminares de los Mapas Ocupacional, de Competencias y de Capacidades del enoturismo del Valle del Maipo, y han aportado sus observaciones y consideraciones para su desarrollo.

¹ La relación de empresas, agentes e instituciones entrevistadas se presenta en el Anexo 1

² La fecha de celebración de las Mesas de Contraste se ha determinado de acuerdo con la contraparte técnica. Su celebración ha sido el 26 de Julio de 2017 en el centro de eventos de la Viña Santa Rita

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

La agenda de las Mesas es la siguiente:

MESAS DE CONTRASTE VIÑA SANTA RITA, 26 DE JULIO DE 2017 <i>“MAPA OCUPACIONAL, MAPA COMPETENCIAL Y MAPA DE CAPACITACIÓN DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO”</i>	
HORARIO	AGENDA
15:00-15:05	Bienvenida <i>SENCE</i> <i>SERNATUR</i> <i>Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, OTIC del Comercio</i>
15:05-15:45	Presentación de la versión preliminar de los <i>“Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del Enoturismo del Valle del Maipo”</i> <i>Información y Desarrollo, S.L. (Infyde)</i>
15:45-17:15	<p><i>Mesa de Contraste 1: “Mapa Ocupacional del Enoturismo del Valle del Maipo”</i> Debate y propuestas de mejora. Priorización de Ocupaciones clave.</p> <p><i>Mesa de Contraste 2: “Mapa Competencial del Enoturismo del Valle del Maipo”</i> Debate y propuestas de mejora. Priorización de Competencias clave.</p> <p><i>Mesa de contraste 3: “Mapa de Capacitación del Enoturismo del Valle del Maipo”</i> Debate y propuestas de mejora. Priorización de Capacidades clave.</p> <p><i>Empresas y agentes participantes con la asistencia metodológica por parte de Información y Desarrollo, S.L. (Infyde)</i></p>
17:15-18:00	Puesta en común de los resultados de las Mesas <i>Empresas y agentes participantes con la asistencia metodológica por parte de Información y Desarrollo, S.L. (Infyde)</i>

Este es un proyecto piloto. Las herramientas diseñadas para este proyecto han sido aplicadas y testadas durante esta fase piloto. El aprendizaje obtenido en su utilización se ha aprovechado para mejorarlas y adecuarlas.

La dinámica creada por el proceso participativo y por la adaptación de las herramientas facilitará el diseño en el futuro de nuevos proyectos de desarrollo del capital humano para el enoturismo tanto en el Valle del Maipo como en los valles de otras regiones vitivinícolas del país.

2/ CONTEXTO GENERAL

2.1/ EL PROGRAMA ESTRATÉGICO MESO REGIONAL “ENOTURISMO SUSTENTABLE EN LA ZONA CENTRAL”

El Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central” ha diseñado una Hoja de Ruta para el impulso competitivo del sector enoturístico en el entorno global.

Esta Hoja de Ruta señala que Chile necesita trabajar en el desarrollo de un producto enoturístico innovador, de calidad y sustentable, capaz de poner en valor los recursos patrimoniales, culturales, naturales y de oferta complementaria asociadas en torno al vino del país, su gastronomía y sus tradiciones. Y todo ello para crear experiencias de valor.

La Hoja de Ruta propone centrar su foco estratégico en potenciar el desarrollo de “*Destinos Enoturísticos Inteligentes*”. Entre ellos, se encuentra en una primera fase de actuaciones el Valle del Maipo.

También propone el foco estratégico de impulsar la “*Diversificación de experiencias*”. Trabajar en torno a desarrollar una oferta de experiencias turísticas para los visitantes. Así, propone contar en una primera fase con la gastronomía, la cultura y la historia como aliados estratégicos para impulsar el enoturismo chileno a nivel nacional e internacional.

Para conseguir estos focos estratégicos, el desarrollo de capital humano cualificado es esencial. Así, el diagnóstico de este programa ha identificado un conjunto de **brechas vinculadas al capital humano necesario para el desarrollo del enoturismo**.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

La primera de ellas es la *falta de un capital humano calificado y certificado que pueda desarrollar la actividad turística en la viña*, principalmente en las más pequeñas.

Algunos motivos para la existencia de esta falencia, según la Hoja de Ruta del Programa Estratégico Meso Regional de Enoturismo de la Zona Central, son la falta de interés de los jóvenes de trabajar en el campo y la falta de oferta formativa especializada en enoturismo.

También los bajos sueldos que se pagan en el sector y la reducida demanda de profesionales de alta cualificación que realizan parte de las empresas enoturísticas.

Adicionalmente, se detecta una falta de adecuación de la oferta formativa, en especial de las Universidades, con las necesidades de capital humano de los empleadores.

La Hoja de Ruta del Programa Estratégico establece la siguiente visión del enoturismo de Chile para el año 2026:

“El enoturismo será una actividad central en la cultura de los chilenos y visitantes, ofreciendo unas experiencias integradas, sustentables y representativas de las bondades, sabores y aromas de los valles vitivinícolas de Chile, convirtiéndolos en embajadores de un producto que es capaz de dinamizar las economías locales y protagonista en la construcción de la imagen del país, convirtiéndose en el destino principal de Sudamérica”.

Para construir esta visión, la hoja de ruta define 5 ejes de actuación, el primero de los cuales es el **Eje Capital Humano**. Tiene como objetivo mejorar la calidad del capital humano involucrado en el sector para contar con personal altamente calificado e involucrado en la industria, y ofrecer un servicio de calidad que supere las expectativas de los visitantes.

El reto en la actualidad consiste en implementar actuaciones dirigidas a abordar los objetivos del Eje de Capital Humano y de la visión para el enoturismo chileno 2026.

2.2/ EL ESTUDIO DE PERFILES OCUPACIONALES, COMPETENCIAS Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

En coherencia con el “Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central”, y con un enfoque de alineamiento con las actividades para su lanzamiento e implementación, el Servicio Nacional de Turismo SERNATUR, con el apoyo del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE, han diseñado y puesto en marcha el Programa de **“Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en el Valle del Maipo (Región Metropolitana)”**.

Para conseguirlo, han encomendado a la Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, OTIC del Comercio y a la consultora internacional Información y Desarrollo S.L. (INFYDE) la realización del proyecto.

El objetivo es apoyar el desarrollo de las empresas y del capital humano del enoturismo, para conseguir el desarrollo competitivo y la especialización inteligente del tejido empresarial mediante la capacitación de capital humano especializado para promover mejoras en gestión, innovación, calidad de productos y servicios, internacionalización y cooperación en red de las empresas enoturísticas.

Este proyecto piloto se desarrolla en el Valle del Maipo (Región Metropolitana).

Persigue identificar nuevas ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el desarrollo competitivo del enoturismo del Valle del Maipo, a través de la innovación, la calidad, la gestión, la internacionalización y la cooperación en red entre las empresas.

3/ EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO DEL FUTURO

3.1/ ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE Y CAPITAL HUMANO

El enoturismo chileno afronta el reto de la *especialización inteligente* para aprovechar sus capacidades empresariales, tecnológicas y de conocimiento y desarrollarse de manera diferenciada en este entorno competitivo internacional.

El concepto de “*especialización inteligente*”, se basa en la idea de que “*se han de identificar una serie de dominios empresariales, tecnológicos y de conocimiento que se reconocen como fuentes potenciales de ventajas competitivas para la cadena de valor de un sector estratégico para un territorio, de tal forma que ello permita priorizar las políticas y recursos que se inviertan hacia la promoción de la innovación, la formación del capital y humano y el desarrollo competitivo en dichos dominios*”.

Así, *¿qué es la especialización inteligente?*

“*...la priorización que a nivel territorial se lleva a cabo en una serie de actividades económicas, áreas de competencias y conocimiento, y dominios técnicos y tecnológicos potencialmente competitivos y generadores de nuevas oportunidades de mercado en un contexto global frente a la priorización de otros territorios.*”

Así, los territorios persiguen la priorización de nichos de especialización actuales concretos donde el territorio es competitivo o puede serlo.

En el caso de este proyecto, *se trata de identificar los ámbitos de especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo que le permitirán alcanzar ventajas competitivas en el mercado internacional frente a otros valles enoturísticos del mundo.*

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En definitiva, se trata de cómo articular y canalizar los esfuerzos en innovación, capacitación de capital humano y desarrollo de conocimiento, y priorización de perfiles técnicos y tecnológicos, que permitan a un territorio como es en este caso el Valle del Maipo, ser los mejores en el contexto global en aquellos sectores, como el enoturismo, en los que actualmente somos buenos (o podemos serlo en el futuro si se toman las medidas adecuadas).

Para conseguirlo, el enoturismo chileno cuenta con capacidades clave para su desarrollo, como son³:

CAPACIDADES DE CHILE PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO
4º exportador mundial de vino, y 6º productor, con una participación global del 8,0% de la producción. (Observatorio Español del Mercado del Vino, OEMV)
Producto que llega a 150 países del mundo con la marca Chile (Vinos de Chile)
1er actor relevante de los países del Nuevo Mundo (Observatorio Español del Mercado del Vino, OEMV)
Importante Paisaje Cultural del Vino donde convergen los factores naturales, culturales y humanos en torno a la viticultura
Diversidad en potenciales terroirs y tipos de vinos
Viñas tradicionales con historia junto a viñas modernas con mayor desarrollo tecnológico y arquitectónico en un mismo territorio
Crecimiento del 21,3% del nº de visitantes a viñas chilenas en los últimos 10 años. (Infyde)
Visitantes extranjeros de diferentes partes del mundo (Brasil, EEUU, China, Reino Unido, España, etc.)
58 viñas sustentables certificadas por "Certified Sustainable Wines of Chile"
10 bici-rutas más amigables del Vino del mundo (The Guardian, UK)
Complementariedad con otras actividades: turismo gastronómico, turismo de naturaleza, turismo de salud (vino terapia), construcción sustentable (arquitectura), TICs, Energía, etc.

Para aprovecharlas en el desarrollo de su especialización inteligente, el enoturismo chileno necesita un **capital humano cualificado** que contribuya a fortalecer sus capacidades frente a otros valles enoturísticos competidores, y aprovechar las oportunidades generadas por las nuevas tendencias del mercado turístico y las nuevas formas de los viajeros de organizar sus viajes mediante las TICs.

³ Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente "Enoturismo Sustentable de la Zona Central". Hoja de Ruta 2017

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

El fenómeno del negocio enoturístico en Chile se ha desarrollado en la zona central en los últimos años, por lo que es un sector joven. Las actividades enoturísticas se han desarrollado tomando como punto de partida el apoyo de sus empresas matrices de cultivo de viñas y producción y comercialización de vino. En muchos casos, han nacido como acciones de marketing dirigidas a acercar a los consumidores los productos vinícolas de las viñas.

En esta fase de lanzamiento y desarrollo del *negocio del turismo del vino*, las empresas han utilizado los recursos de gestión y las infraestructuras existentes en las viñas, para mostrar a los visitantes la cultura y el proceso de la producción del vino.

Los profesionales del enoturismo han sido empleados para la prestación de servicios directos a los clientes y visitantes. En esencia, las ocupaciones del sector han sido de guías para la realización de tours y de personal para la prestación de servicios como atención de tiendas y de wine bars.

La gestión del negocio se ha realizado por gerentes que se han centrado en poner en marcha la actividad de enoturismo, dependiendo de la casa matriz de producción vinícola.

Adicionalmente, existe una *oferta complementaria* integrada esencialmente en la actualidad por restaurantes y alojamientos. Los restaurantes existentes en el Valle tienen por delante un reto importante de orientación de su oferta gastronómica hacia los gustos y tendencias de los posibles clientes, tanto nacionales como internacionales, que tienen un gusto por la cultura del vino y se encuentran dispuestos a desplazarse hasta la zona para vivir una experiencia relacionada con las recetas y los vinos locales.

En este sentido, se observa que existe un amplio margen de mejora en los restaurantes de la zona para articular una oferta atractiva dirigida a hacer vivir una experiencia a los clientes de maridaje entre platos originales y vinos locales.

Por su parte, la oferta de alojamiento en el Valle está basada en moteles, pequeños hoteles y alojamientos rurales. El segmento de mercado principal de estos alojamientos ha sido hasta la actualidad el de visitantes de fin de

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

semana procedentes del entorno metropolitano de Santiago, y de trabajadores temporales que acuden a la zona a trabajar en empresas de diferentes sectores, entre ellos el sector vinícola, ubicadas en las diversas comunas del entorno.

Sin embargo, se observa una falencia de orientación de los negocios de alojamiento de la zona para acoger a turistas de alto poder adquisitivo que tienen un gusto por hacer turismo del vino y desean hospedarse en hoteles de tres o cuatro estrellas.

En síntesis, los turistas que visitan las viñas no encuentran en el propio Valle una amplia oferta gastronómica y hotelera de categoría adecuada a sus gustos y expectativas de alto nivel de servicio.

Para dar un salto competitivo hacia una nueva etapa de crecimiento en el mercado nacional y de especialización inteligente en el mercado internacional, las empresas de enoturismo y su oferta complementaria necesitan **nuevos perfiles de capital humano**.

Necesitan competencias para *mejorar la calidad* de los servicios enoturísticos y su oferta complementaria, y progresar en la *profesionalización de la gestión* de estos negocios, que operan en el ámbito del mercado turístico y no en el de la producción y comercialización de vino, y por lo tanto está sujeto a fuerzas competitivas diferentes.

También necesitan nuevos perfiles laborales especializados en el diseño y desarrollo de proyectos de *innovación turística*, así como en el establecimiento de *nuevos canales de internacionalización*, esencialmente basados en la utilización de las TICs y la gestión de las redes sociales.

Finalmente, las empresas necesitan personas con capacidades para gestionar *proyectos en cooperación* que ayuden a impulsar la asociatividad entre las viñas, las instituciones y los agentes empresariales para diseñar proyectos de interés común que ayuden a la especialización inteligente del enoturismo chileno en el mercado global.

3.2/ TENDENCIAS INTERNACIONALES DE PROGRAMAS DE DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO

En el marco de este trabajo de diagnóstico, se ha realizado un análisis de tendencias internacionales sobre *programas de capacitación* y de *sistemas de certificación de competencias laborales* de capital humano en ámbitos relacionados con el enoturismo.

En concreto, se han identificado y analizado programas de interés⁴ para conocer el contexto internacional en el que se desarrollan las políticas de desarrollo del capital humano para el impulso competitivo del enoturismo, en los siguientes ámbitos:

- Programas de desarrollo de capacidades del capital humano en ámbitos relacionados con el enoturismo.
- Certificaciones de nuevas profesiones y ocupaciones relacionadas con el sector enoturístico.

El objetivo ha consistido en describir los objetivos, las características y los contenidos de los programas clave existentes, y extraer conclusiones sobre los retos a abordar para la potencial aplicación de cada uno de los programas analizados en el sector enoturístico del Valle del Maipo.

En *España* se han identificado organismos tanto educativos como de asociatividad de agentes privados que trabajan de manera específica en el diseño y desarrollo de programas de capacitación y el desarrollo competitivo en el ámbito del enoturismo.

Estos organismos desarrollan su actividad de manera diferenciada en el ámbito general del turismo y del sector de actividad de la producción del vino.

⁴ Ver fichas individuales descriptivas de los Programas internacionales de interés en el Anexo 2

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Destaca la orientación hacia el enoturismo de Universidades y Asociaciones privadas. Así, la Universidad de Burgos ofrece un Master Universitario de tercer ciclo dirigido a alumnos egresados con Licenciaturas en los ámbitos del turismo, las ciencias empresariales o la agronomía y la enología, entre otros.

Por su parte, la Universidad Rovira y Virgili de Cataluña ofrece también un Master de Innovación en Turismo (WINTOUR) dirigido a alumnos internacionales. El Master se desarrolla con el apoyo de un sistema de becas para la movilidad internacional de alumnos. El programa se desarrolla en cooperación entre tres Universidades ubicadas en zonas de prestigio vinícola, como son la propia Universidad Rovira y Virgili de Cataluña, región con un importante nivel de producción de vino tanto en calidad como en cantidad, la Université de Bordeaux, ubicada en la región vinícola de Burdeos (Francia) y la Universidade do Porto, de la región vinícola de Oporto (Portugal).

Adicionalmente, se ha identificado en España un importante movimiento de Asociatividad para el impulso competitivo del enoturismo, no solo entre viñas, sino también entre estas y otras empresas de oferta complementaria como hoteles y alojamientos.

Así, la Asociación Española de Enoturismo está integrada por 193 socios. Los miembros son viñas, restaurantes, hoteles, casas rurales, spas y otros perfiles de empresas de oferta complementaria, como campos de golf, de todos los valles vinícolas de España.

El servicio principal que ofrece la Asociación a sus miembros es la formación. Tiene un Programa de Formación Executive que ofrece una amplia variedad de cursos en los diversos ámbitos de la gestión de un negocio enoturístico. También ofrece un servicio de plataforma “on-line” para el comercio electrónico de todas las tiendas de enoturismo de los miembros.

En materia de Programas de Certificación de Competencias Laborales, España cuenta con el sistema de Certificados de Profesionalidad establecido por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social del Gobierno de España. Estos certificados acreditan el conjunto de competencias profesionales que capacitan a un trabajador para la realización de una actividad profesional.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los perfiles acreditados relacionados con el enoturismo son de dos familias profesionales. Por una parte, la de hostelería y el turismo, con perfiles como la “venta de productos turísticos”, la “creación y gestión de viajes combinados y eventos” y la “sumillería”. Por otra parte, la de industrias alimentarias, con perfiles como “industrias derivadas de la uva y el vino” y la “enotecnia”.

Por su parte, en **Francia** también se ha identificado que las iniciativas de capacitación se encuentran prioritariamente impulsadas por Universidades especializadas en el sector vinícola, como la Université du Vin de Suze-la-Rousse, que ofrece un programa de Sumiller-asesor bodeguista. Este perfil laboral está orientado al desarrollo de actividades profesionales como la presentación de los vinos en tienda, la recepción, asesoría y servicio y el desarrollo de operaciones de enoturismo.

En Francia existe un Registro Nacional de Certificaciones Profesionales (RNCP) que reconoce oficios relacionados con el enoturismo como las Licencias Profesionales de “Comercio del vino y Enoturismo”, de “Hotelería-Turismo especialidad Enoturismo”, de “Encargado de desarrollo del turismo del vino” y la de “Sumiller-asesor bodeguista”.

A estos esquemas nacionales de los países europeos, hay que añadir el sistema de suplementos Europass de certificaciones profesionales articulado por la Comisión Europea para facilitar el desarrollo de cualificaciones y la movilidad en el mercado de trabajo en el mercado interior de todos los países de la Unión Europea.

En el caso de **Argentina**, la iniciativa de la promoción de la capacitación para el capital humano del enoturismo parte de las instituciones públicas del Gobierno de la República Argentina.

Así, existe un Ministerio de Turismo que ha diseñado un Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) cuyo objetivo es desarrollar la competitividad de las organizaciones turísticas del país a través de la aplicación de estándares de calidad.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Este Sistema ha implementado herramientas para ayudar a las empresas del turismo a desarrollar su competitividad, como el Sistema Integral de Gestión Organizacional (SIGO) que persigue conducir a las empresas hacia la modernización a través de un sistema de gestión y de estándares de calidad de nivel internacional que les permita satisfacer las necesidades cambiantes tanto del público interno como el externo.

También ha implementado el Programa de Capacitación de Directrices de Gestión Turística en Bodegas. Esta es una herramienta para la autoevaluación de líneas de negocio de enoturismo, que persigue fomentar en las Áreas de Turismo de las Bodegas (ATB) el análisis interno de las actividades y sus resultados, con el objeto de identificar los puntos fuertes y débiles, y determinar las correspondientes Directrices a implementar.

En *Nueva Zelanda* y en *Australia* existen programas de capacitación impulsados por centros educativos y universitarios. Las mallas curriculares están esencialmente orientadas al turismo en general, y no de manera específica al enoturismo en particular.

Así, en Nueva Zelanda existe el Centre for Viticulture and Oenology de la Universidad de Lincoln. Este Centro oferta un Grado Universitario en Gestión Turística, y otro diferente en Viticultura y Enología.

Mientras, en Australia existe una experiencia de cooperación entre una Universidad y un Centro de Educación Media, como son la University of Southern Queensland y el Stanthorpe State High School.

El College imparte formación de secundaria y terciaria en viticultura, enología, turismo, hospitalidad y negocios. Capacita a los jóvenes para orientarles profesionalmente hacia ámbitos como “Young Winemaker Program” (Programa de Joven Productor de Vino), que es un inicio en la carrera del vino, el “Programa Chef Joven”, que es el comienzo principal a una carrera en la gastronomía, el “Young Host Program” (Programa de Anfitrión Joven) que es el comienzo a una carrera en servicio al cliente, y el “Young Wine Scientist Program” (Programa de Joven Científico del Vino) que es el comienzo principal a una carrera en la ciencia del vino.

3.3/ RETOS DE CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN CHILE

Cada vez más, *los turistas demandan ofertas turísticas asociadas al bienestar y la calidad de vida*. Exigen disfrutar de actividades que les permitan conocer las características culturales, históricas y patrimoniales del territorio que visitan. También su gastronomía, los productos locales de alimentación saludable, y los hábitos de calidad de vida, deporte y entretenimiento de la sociedad del entorno.

Atendiendo a los resultados del análisis de tendencias internacionales elaborado, se observa como los agentes empresariales e institucionales de regiones vinícolas de todo el mundo priorizan inversiones en programas educativos y de certificación de competencias laborales para hacer más competitivos sus sectores.

Se ha observado como la iniciativa privada del sector enoturístico, en países como España, impulsa proyectos de asociatividad para fortalecer las capacidades que permitan adaptarse de manera adecuada a los ritmos cambiantes demandados por los turistas potenciales de todas las partes del mundo.

También se ha observado que los Centros Educativos, esencialmente universitarios, también están atentos a estos procesos de cambio. Así, se han identificado una amplia variedad de Universidades de diferentes países e incluso Centros Educativos de Educación Secundaria, como Nueva Zelanda, Australia, España y Francia, que han desarrollado y ofrecen mallas curriculares en especialidades relacionadas con el turismo y los procesos de elaboración del vino en general, y con el enoturismo en particular.

Estos grados formativos tienen un carácter no solo nacional, sino también internacional, que son impulsados en cooperación por universidades ubicadas en las regiones más vitivinícolas del mundo.

Por otra parte, para acceder a la amplia gama de oferta turística existente y organizar sus viajes, *los viajeros utilizan cada vez las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)*.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Viajeros de diferentes perfiles, desde personas con alto poder adquisitivo hasta mochileros, reservan sus medios de transporte, sus alojamientos y los tickets de sus actividades a través de internet.

También recopilan información a través de páginas web, blogs y otros medios “on-line” sobre los destinos, y usando este soporte toman decisiones sobre los lugares que visitarán y las actividades de diverso tipo que realizarán. Incluso comparten sus experiencias después del viaje a través de las redes sociales.

Así, surgen nuevas oportunidades para conectar, no solo mediante los tradicionales intermediarios tour operadores sino también por los innovadores medios digitales, con un turismo que busca la experiencia, la cultura, la valorización del patrimonio, la relación con la naturaleza y el disfrute del bienestar, la gastronomía y las costumbres locales más arraigadas.

En el análisis de tendencias internacionales muestra que los esquemas de capacitación dirigidos a formar al capital humano del enoturismo en materia de TICs, se encuentran integrados en las mallas curriculares de turismo y enoturismo de la oferta educativa universitaria, así como en los Programas Formativos Executive de las asociaciones empresariales analizadas.

En síntesis, el *enoturismo* nace para atender el interés creciente de turistas de todo el mundo de conocer la experiencia y la cultura que rodean al proceso completo de cultivo de la uva y de la producción del vino.

Esta tendencia se ha extendido a nivel internacional en los últimos años. Valles en diversas partes del mundo han habilitado infraestructuras para desarrollar el negocio del turismo del vino. Destacan polos de atracción con características diferenciadas, como Napa Valley en California (Estados Unidos), Mendoza (Argentina), Burdeos (Francia) o La Rioja (España).

Es un sector en desarrollo con fuerte potencial de futuro. Por ello, al ritmo de este desarrollo, se observa como las instituciones públicas de diversos países, como Argentina, España y Francia, están trabajando en diseñar perfiles laborales específicos que permitan elaborar itinerarios formativos para el capital humano que trabajará en el creciente sector enoturístico en los próximos años.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En este contexto, el análisis de tendencias internacionales realizado ha identificado un conjunto de retos potenciales para el desarrollo competitivo del capital humano y del tejido empresarial del enoturismo chileno.

Algunos de ello son los siguientes:

RETO POTENCIAL	PROGRAMA INTERNACIONAL DE REFERENCIA		
	PAÍS	PROGRAMA	INSTITUCIÓN
<p>Crear una Asociación de Enoturismo</p> <p>Definir actividades operativas consistentes en formación, asesoramiento, proyectos de investigación y acciones conjuntas de diseño de productos enoturísticos y de promoción.</p>	España	Plan de Formación Integral del Enoturismo	Asociación Española de Enoturismo
<p>Firmar acuerdos internacionales para el intercambio de alumnos de grados universitarios en materia de enoturismo.</p> <p>Crear un programa específico de becas para que alumnos y profesionales de Chile puedan estudiar enoturismo en cualquier Universidad del mundo</p>	España	Máster Erasmus Mundus en Innovación en Enoturismo (WINTOUR)	URV - Universitat Rovira i Virgili (Cataluña)
<p>El Sistema Educativo Universitario certifique a nivel nacional Masters Universitarios para la especialización en enoturismo de alumnos egresados en carreras como "Gestión Turística", "Viticultura y Enología", "Ingeniero Comercial", y otras.</p>	España	Master Universitario en Cultura del vino: Enoturismo en la Cuenca del Duero Marketing y Enoturismo	Universidad de Burgos
<p>Promoción de emprendimientos relacionados con los servicios de formación y de asesoramiento especializados en la industria del enoturismo</p> <p>Orientar adecuadamente la malla de oferta de servicios de capacitación y asesoramiento de las empresas de servicios al enoturismo</p> <p>Los programas de financiamiento de la formación (SENCE, CORFO, SERNATUR, SERCOTEC, etc) pueden ayudar a financiar programas de formación prestados por empresas de servicios expertos en ámbitos clave para el enoturismo</p>	España	Fábrica de enoturismo	EnoDestino. Agencia de Enoturismo
<p>Formar técnicos especialistas en capacitación y en prestación de servicios de formación, coaching, mentoring y asesoramiento en las especialidades de turismo y vino, que vayan a desarrollar su actividad profesional a nivel local.</p>	España	Curso Especialista en Enoturismo	Asesores de Turismo. Centro Docente y de asesoramiento especializado

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

RETO POTENCIAL	PROGRAMA INTERNACIONAL DE REFERENCIA		
	PAÍS	PROGRAMA	INSTITUCIÓN
<p>Diseño por parte de la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de Chile de un Programa de Promoción de la Calidad en la Gestión de negocios turísticos</p> <p>Convencer y atraer a los gestores de las viñas y de los negocios de turismo del vino para que realizaran formación especializada en gestión y en mejora de la calidad de sus productos enoturísticos.</p>	Argentina	Directrices de Gestión Turística para Bodegas	Ministerio de Turismo de Argentina
<p>Capacitar a los Guías turísticos para que sepan sobre vinos locales</p> <p>Capacitar a los guías locales sobre los vinos de las regiones vitivinícolas más prestigiosas del mundo</p>	Francia	Sumiller-asesor bodeguista	Université du Vin de Suze-la-Rousse
<p>Crear Escuelas de Enología y Enoturismo que diseñen y desarrollen planes formativos universitarios certificados en el ámbito específico del enoturismo</p>	Nueva Zelanda	Grados Universitarios	Centre for Viticulture and Oenology, Universidad Lincoln (Lincoln University)
<p>Promover y crear una plataforma de intermediación "on-line" entre la oferta y la demanda de empleos en el sector vinícola y del turismo del vino</p>	Estados Unidos (USA)	Job & Career Board	Napa Valley Wine Academy
<p>Diseñar un itinerario formativo integral</p>	Estados Unidos (USA)	Programa de Cursos	Napa Valley Wine Academy
<p>Facilitar la cooperación entre Universidades y Centros de Formación Profesional para orientar a los jóvenes profesionalmente hacia el desarrollo potencial de su actividad profesional en el enoturismo</p>	Australia	Grados Universitarios	University of Southern Queensland, en colaboración con Stanthorpe State High School
<p>Diseñar un conjunto de herramientas estándar en Chile para que los profesionales y las empresas intercambien una información adecuada y de mayor calidad, sobre su experiencia profesional y las características de las ofertas de empleo</p>	Europa	Suplementos Europass de los certificados de profesionalidad	Comisión Europea
<p>Adecuar el Sistema Chileno de Certificados de Profesionalidad a los requerimientos de ocupaciones del sector enoturístico</p>	España	Certificados de profesionalidad	Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Gobierno de España
	Francia	Registro Nacional de Certificaciones Profesionales (RNCP) en Oficios	Comisión Nacional de la Certificación Profesional

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

RETO POTENCIAL	PROGRAMA INTERNACIONAL DE REFERENCIA		
	PAÍS	PROGRAMA	INSTITUCIÓN
		relacionados con el Enoturismo	(CACP)
Desarrollar un Sistema Chileno de Calidad Turística	Argentina	Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)	Ministerio de Turismo de Argentina
Diseñar un Sistema Chileno de Gestión de Negocios Enoturísticos	Argentina	Sistema Integral de Gestión Organizacional (SIGO)	Ministerio de Turismo de Argentina

Este conjunto de retos, suponen una orientación para la priorización de inversiones en el diseño e implementación de Programas de capacitación y de Certificaciones Profesionales en Chile.

A continuación, se presenta un análisis de la situación de los sectores del turismo y del vino en el Valle del Maipo, y de las demandas de ocupaciones, competencias y oferta formativa que tienen las empresas del sector en la zona.

Sobre la base de los retos para el enoturismo chileno identificados en el análisis de tendencias internacionales, y el diagnóstico de la situación del enoturismo y su capital humano en el Valle del Maipo, se extraerán conclusiones que permitirán el diseño de itinerarios formativos y de nuevos perfiles laborales adecuados a las necesidades del sector en los próximos años.

4/ DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

Chile es un país en el que el turismo es un sector de actividad económica estratégico. Se basa en los pilares de la sustentabilidad, como el patrimonio cultural e histórico, de los vinos y su gastronomía, entre otros.

En particular, en el Valle del Maipo que está ubicado a unos pocos kilómetros de Santiago, se encuentra uno de los mejores vinos del mundo, cuenta con más de 10.000 hectáreas. Las viñas están ubicadas en la orilla del río Maipo, desde la cordillera de los Andes hasta la Isla de Maipo.

El Valle del Maipo se encuentra dividido en tres áreas⁵: Maipo Alto, Maipo Medio y Maipo Bajo. En estas tres zonas el vino varía ya que la climatología y las tierras son diferentes.

En el Maipo Alto debido a sus características climatológicas de calentamiento en invierno y comienzo de primavera y enfriamiento en primavera y verano, hay una humedad baja y recalentamiento permitiendo tener una uva sana. Esto permite el desarrollo de viñedos orgánicos.

En el Maipo Medio según qué zona, las tierras y el microclima son distintos permitiendo una mayor variedad en el cultivo. Las uvas debido a la altura en la que se encuentra maduran más temprano y tienen mucho color.

Finalmente, en el Maipo Bajo se caracteriza por tener dos variedades. Por un lado, gracias al clima cálido, en las uvas de ciclos medios a largos permite tener la madurez correcta por lo que se obtienen grandes vinos. Sin embargo, hay otras que carecen de un nivel de alcohol y acidez, con lo que se fabrican vinos más chatos.

La cultura vitivinícola es muy fuerte en el Valle del Maipo, debido a la gran tradición que comenzó unos siglos atrás. El vino comenzó a producirse en el siglo XVIII con distintas variedades importadas de Europa.

⁵ <http://winetourschile.com/valles/maipo.html>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Poco a poco, la producción del vino fue aumentando gracias a los pequeños productos y familias con viñas siguiendo los procesos de fabricación más tradicionales.

A comienzos del siglo XX en el valle del Maipo se dio una gran revolución tecnológica en cuanto a los procesos de fabricación y conocimiento vitivinícolas con la llegada de familias europeas con tradición.

Con el paso del tiempo⁶, algunos de los vinos chilenos mejor categorizados internacionalmente se fabrican en el Valle del Maipo.

De acuerdo con el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)⁷, el número de enoturistas que visitan viñas chilenas ha crecido en los últimos 10 años un 21,3% de media, esta demanda se localiza principalmente en valles: Maipo, Casablanca y Colchagua.

Una vez al año en cada valle se realizan las fiestas de la vendimia siendo parte de la experiencia del enoturismo en Chile. Es una experiencia en donde se puede observar la cultura local que cada vez es más demandada por los chilenos.

Concretamente, en el Valle del Maipo se localizan dos fiestas importantes con diversas actividades como rutas por las distintas viñas que conforman el valle, la tradicional pisada de uva, catas, etc.

⁶ <http://www.maipotours.com/es/ar/352/destinos-en-valle-del-maipo.html>

⁷ <https://www.sernatur.cl/fiestas-de-la-vendimia-un-imperdible-de-marzo/>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Durante los meses de mayo y de Junio del año 2017 se ha realizado un trabajo de campo en el que se ha entrevistado a bodegas y viñedos que realizan actividades de enoturismo del valle.

A los efectos de este estudio de diagnóstico, el Valle vinícola del Maipo está integrado por las comunas de Talagante, Isla de Maipo, El Monte, Pirque, Buin y Paine.

En este trabajo sobre el terreno también se ha entrevistado a empresas de servicios complementarios para el enoturismo y agentes institucionales que impulsan programas de promoción y desarrollo competitivo del sector enoturístico chileno.

Adicionalmente, con el objetivo de conocer la oferta formativa para el enoturismo en el entorno, se ha entrevistado a centros de formación y capacitación con oferta en el ámbito del turismo, de la viticultura y del enoturismo en Chile⁸.

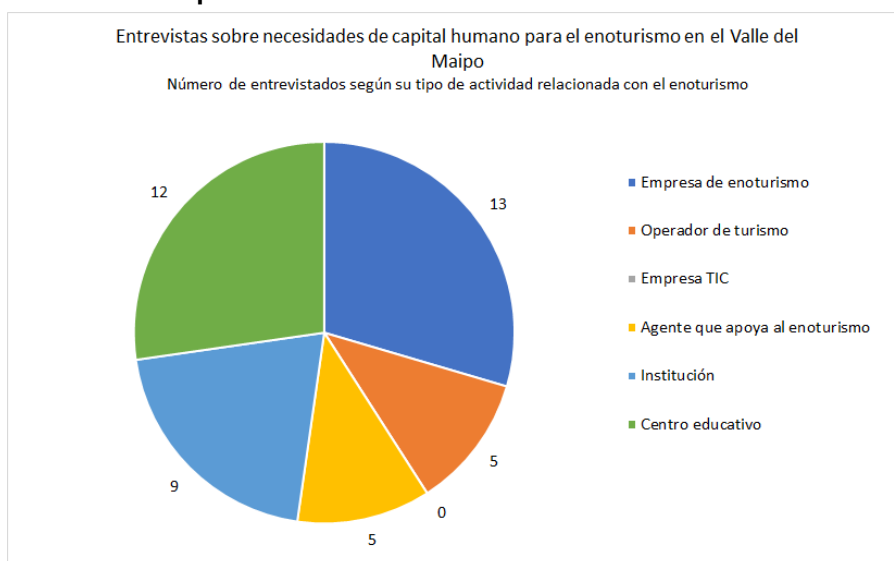
El objetivo de las entrevistas ha sido la recopilación de información cuantitativa y cualitativa para la elaboración de los Mapas de situación de la demanda y la oferta de capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo.

Como se observa en el siguiente gráfico 1, se han realizado un total de 13 entrevistas a viñas, 12 entrevistas a centros formativos, 9 entrevistas a instituciones, 5 entrevistas a agentes que apoyan el enoturismo (agentes de desarrollo local y entidades locales) y 5 a operadores de turismo (oferta complementaria de la cadena de valor).

⁸ Ver listado de entrevistados en anexo 1.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 1: perfil de los agentes y viñedos entrevistados (% sobre el total) sobre las necesidades de capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Una vez recopilada la información cuantitativa y cualitativa, ha sido procesada y analizada para la elaboración de los Mapas que se presentan a continuación, que son los siguientes:

- **Mapa Ocupacional**, donde se han identificado las ocupaciones de las empresas que integran la cadena de valor del sector.
- **Mapa Competencial**, dónde se han identificado los perfiles laborales que las empresas requieren para cada una de las ocupaciones y
- **Mapa de Capacitación**, donde se han identificado las necesidades y brechas formativas existentes.

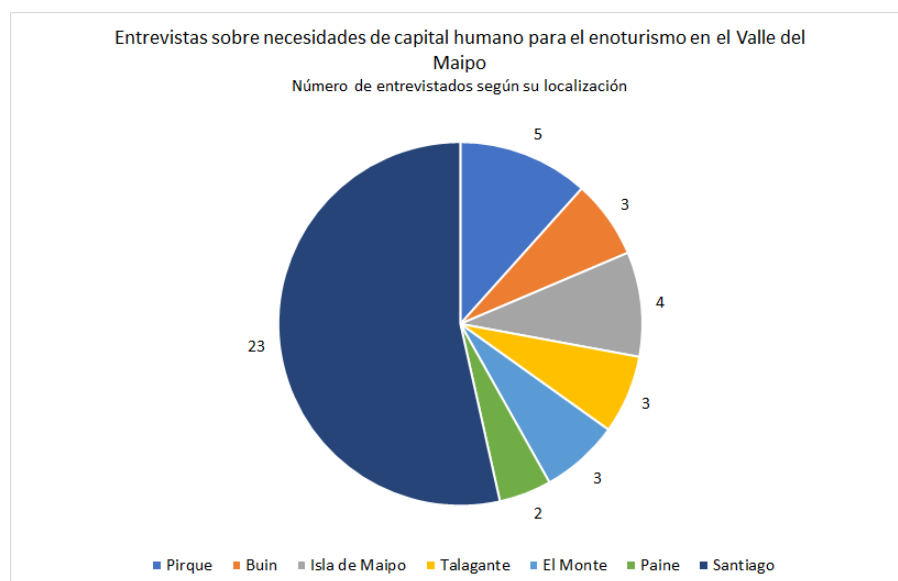
Las entrevistas se han realizado en el Valle de Maipo, tanto a las grandes viñas, como a las pequeñas viñas. También en el entorno metropolitano de Santiago, en donde se ubican la mayoría de los agentes institucionales, centros de formación y empresas de servicios complementarios al enoturismo del Valle del Maipo y del resto del país.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Como se observa en el siguiente gráfico 2, las zonas abordadas han abarcado los diferentes espacios territoriales del Valle del Maipo, tanto lugares donde hay grandes viñas como aquellos otros en que se encuentran ubicadas las pequeñas. También se ha trabajado con empresas abiertas al turismo y menos orientadas a este tipo de actividades.

Así, se han realizado 23 entrevistas en Santiago, esencialmente a instituciones, centros formativos y empresas de servicios complementarios. En cuanto a entrevistas en las comunas, se han realizado 5 en Pirque, 4 en Isla de Maipo, 3 entrevistas en Buin, Talagante y El Monte y 2 en Paine.

Gráfico 2: ubicación (% sobre el total) de los agentes y viñedos entrevistados sobre las necesidades de capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

De manera complementaria a este trabajo sobre el terreno, se ha realizado un análisis de las estadísticas disponibles en el Servicio de Impuestos Internos SII, que han aportado información cuantitativa sobre *la evolución* del tejido empresarial y de los profesionales empleados en *las industrias del vino y del turismo del Valle del Maipo*.

El *sector del vino* en este análisis con los datos del SII corresponde a los siguientes rubros de actividad:

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

RUBROS DE ACTIVIDAD INDUSTRIA DEL VINO
011311 - CULTIVO DE UVA DESTINADA A PRODUCCION DE PISCO Y AGUARDIENTE
011312 - CULTIVO DE UVA DESTINADA A PRODUCCION DE VINO
155110 - ELABORACION DE PISCOS (INDUSTRIAS PISQUERAS)
155120 - ELABORACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y DE ALCOHOL ETILICO A PARTIR DE SUSTANCIAS FERMENTADAS Y OTROS
155200 - ELABORACION DE VINOS
512240 - MAYORISTAS DE VINOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS Y DE FANTASIA

Fuente: Servicio de Impuestos Internos SII

Por su parte, el **sector del turismo** en este análisis con los datos del SII corresponde a los siguientes rubros de actividad:

RUBROS DE ACTIVIDAD DEL TURISMO
551010 - HOTELES
551020 - MOTELES
551030 - RESIDENCIALES
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REFUGIOS Y SIMILARES
552010 - RESTAURANTES
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS, PIZZERIAS Y SIMILARES)
552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES
552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL
552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES
552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS
602220 - SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS
630400 - AGENCIAS Y ORGANIZADORES DE VIAJES, ACTIVIDADES DE ASISTENCIA A TURISTAS
713010 - ALQUILER DE BICICLETAS Y ARTICULOS PARA DEPORTES
713030 - ALQUILER DE MOBILIARIO PARA EVENTOS (SILLAS, MESAS, MESONES, VAJILLAS, TOLDOS Y RELACIONADOS)
722000 - ASESORES Y CONSULTORES EN INFORMATICA (SOFTWARE)
724000 - PROCESAMIENTO DE DATOS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON BASES DE DATOS
726000 - EMPRESAS DE SERVICIOS INTEGRALES DE INFORMATICA
749962 - FERIAS DE EXPOSICIONES CON FINES EMPRESARIALES
921990 - OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.
923200 - ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS
924110 - EXPLOTACION DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS PARA LAS PRACTICAS DEPORTIVAS

Fuente: Servicio de Impuestos Internos SII

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los datos utilizados para este análisis corresponden a los años que comprenden el período desde 2008 hasta 2015, que son los disponibles en las estadísticas del Servicio de Impuestos Internos SII.

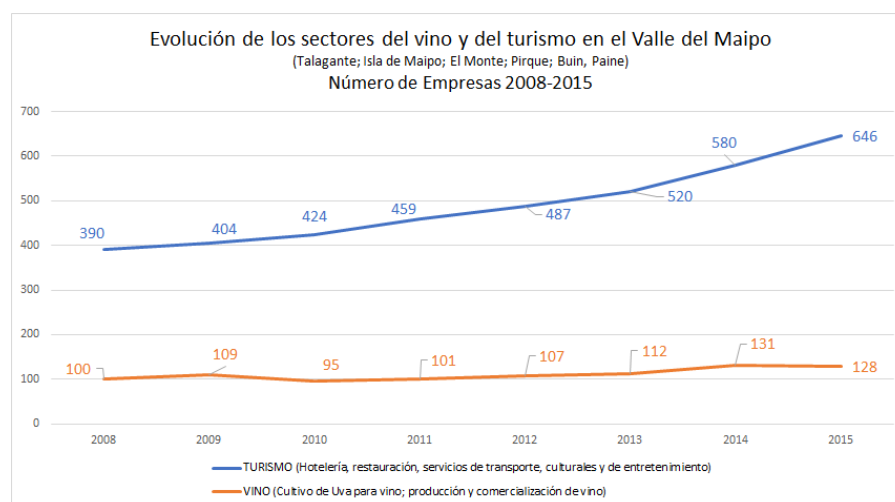
4.1/ EMPRESAS DEL TURISMO Y EL VINO

La industria del vino y las actividades de servicios relacionadas con el turismo han crecido en el período 2008-2015 en el Valle del Maipo.

Así, el número de empresas del sector turismo es el que más ha crecido de los dos sectores analizados. Las actividades turísticas han pasado de tener 390 empresas a 646 en el período analizado. Esto supone un incremento de empresas de un 65,64% en el año 2015 con respecto al año 2008.

Por su parte, la industria del vino ha crecido también en número de empresas, aunque en menor medida que el sector turismo. Ha pasado de 100 empresas en 2008 a 128 en 2015, lo que supone un incremento del 28%.

Gráfico 3: evolución del número de empresas 2008-2015 de los sectores del vino y el turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Esta tendencia indica que las actividades turísticas están creciendo de manera intensa en el Valle del Maipo. Tal y como se ha observado durante el desarrollo del trabajo sobre el terreno, el crecimiento de la actividad se ha sustentado en la consolidación y apertura de nuevos negocios gastronómicos.

Así, existen en las comunas del Valle del Maipo restaurantes y establecimientos de comida que ofrecen menús a la población local durante todos los días de la semana. En la medida en que la actividad económica de los sectores estratégicos del Valle crece, se fortalece el potencial de consolidación de los negocios de restauración dirigidos a los trabajadores y la población local.

Por otra parte, se ha observado la existencia de un perfil de oferta gastronómica dirigida a visitantes al Valle durante el fin de semana. Los clientes de estos negocios de restauración de fin de semana son personas de Santiago que no necesariamente demandan una experiencia culinaria relacionada con el vino, sino menús de buffet o espacios para el consumo de alimentos propios en un entorno de relajación con servicios de entretenimiento y ocio para las familias.

En ámbitos específicamente relacionados con el turismo del vino, se ha observado la existencia de restaurantes que ofrecen una carta de platos de carácter tradicional acompañados por una carta de vinos procedentes de las viñas del valle.

Estos restaurantes reciben visitantes extranjeros y también turistas de fin de semana procedentes de Santiago. Algunos de estos establecimientos ofrecen también alojamiento, sobre todo si se encuentran en espacios rurales. Se ha observado la existencia de algunos negocios con un fuerte interés en diseñar una oferta integrada de gastronomía y alojamiento dirigida a turistas con interés por el vino. Alguno de estos negocios ofrece habitaciones diseñadas con forma de grandes barricas, con decoraciones interiores en las que se utilizan utillajes y motivos relacionados con la industria del vino, y en el que solamente se sirven vinos de las viñas locales.

Se ha observado que estos establecimientos se encuentran con una falencia de asociatividad con las viñas para el diseño conjunto de itinerarios turísticos para los visitantes. Así, se observa la tendencia de estos

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

restaurantes y alojamientos a demandar mayor cooperación con las viñas, para que estas recomienden sus espacios para alojarse. Tienen a demandar herramientas para fomentar el turismo del vino, como folletos de las viñas que sirvan para animar a los huéspedes a realizar algún tour, mapas con la ubicación de las viñas y sus características, y relaciones de networking para conocerse mejor entre los negocios de enoturismo y los alojamientos y restaurantes con interés en este sector.

En efecto, tal y como se observa en el siguiente gráfico 4, el mayor número de empresas relacionadas con turismo en 2015 en el Valle tienen que ver con la gastronomía. 180 son restaurantes, 148 son establecimientos de comida rápida, 76 son servicios de matrimonios y 47 son expendedores de comida.

Por el contrario, un número más reducido de empresas del sector están relacionados con las actividades de alojamiento para visitantes y turistas. Así, en 2015 existen 23 hospedajes como campings, albergues, posadas y similares, 13 hoteles y 4 residenciales.

Como se ha señalado, existen negocios que integran ambos conceptos, tratando de configurar una oferta integrada de gastronomía y alojamiento orientada al potencial turista del vino.

No se observa un perfil de estos negocios diferenciado para el segmento de turista nacional o internacional, ni tampoco para turistas de alto o medio poder adquisitivo.

De esta forma, se observa que la oferta de gastronomía y alojamiento existente tiene unas características relacionadas con un concepto de turismo rural basado en las tradiciones y usos del entorno local, con un potencial de inversión limitado que dificulta el desarrollo de ofertas de alojamiento y restauración dirigidas a clientes de alta gama.

La excepción se encuentra en el interior de aquellas viñas, generalmente las más grandes, que tienen un patrimonio arquitectónico y edificatorio en el interior de sus viñedos. Así, se observa la existencia de algunas viñas con oferta de servicios de alojamiento dirigidos a clientes con alto poder adquisitivo, sobre todo de origen internacional, principalmente de Brasil, Estados Unidos y Europa.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los viñedos utilizan para la prestación de estos servicios de alojamiento las instalaciones y edificios que forman parte de la viña desde sus inicios, que rehabilitadas se transforman en habitaciones hoteleras de nivel superior a la media de las existentes en el entorno.

En cualquier caso, se trata de un número todavía limitado de viñas las que ofrecen servicios de hotel y alojamiento a sus visitantes.

Ello contribuye, tal y como se observa en el gráfico 5, a una tendencia a un crecimiento menor de servicios de alojamiento en el Valle del Maipo.

No se ha observado en el trabajo sobre el terreno una tendencia de las viñas a desarrollar y poner en marcha planes de construcción y apertura de nuevas instalaciones hoteleras dirigidas al mercado del turista del vino internacional.

En este sentido, se ha observado la tendencia de las viñas a ofrecer el entorno de sus viñedos para la celebración de matrimonios. En la actualidad, se tienden a utilizar las instalaciones de los viñedos, como edificios emblemáticos, casas y casonas de la propiedad y otros espacios adyacentes como pequeñas iglesias, galerías antiguamente utilizadas como cuadras y almacenes, para la realización de ceremonias de bodas y otras celebraciones familiares.

De esta forma, la oferta de las viñas enoturísticas que tienen instalaciones habilitadas para alojar huéspedes en la actualidad, se encuentra más dirigida a la celebración de eventos familiares, que al alojamiento de visitantes en estadias de más de un día.

El segmento de clientes que se ha observado como prioritario para estos servicios de alojamiento y gastronomía de las viñas es el del residente nacional, esencialmente en el entorno metropolitano de Santiago.

Por su parte, en el ámbito de los servicios turísticos, existe una importante variedad de actividades de entretenimiento y servicios a los turistas y visitantes al valle por motivos de negocios y ocio, con un número reducido de empresas en cada una de ellas.

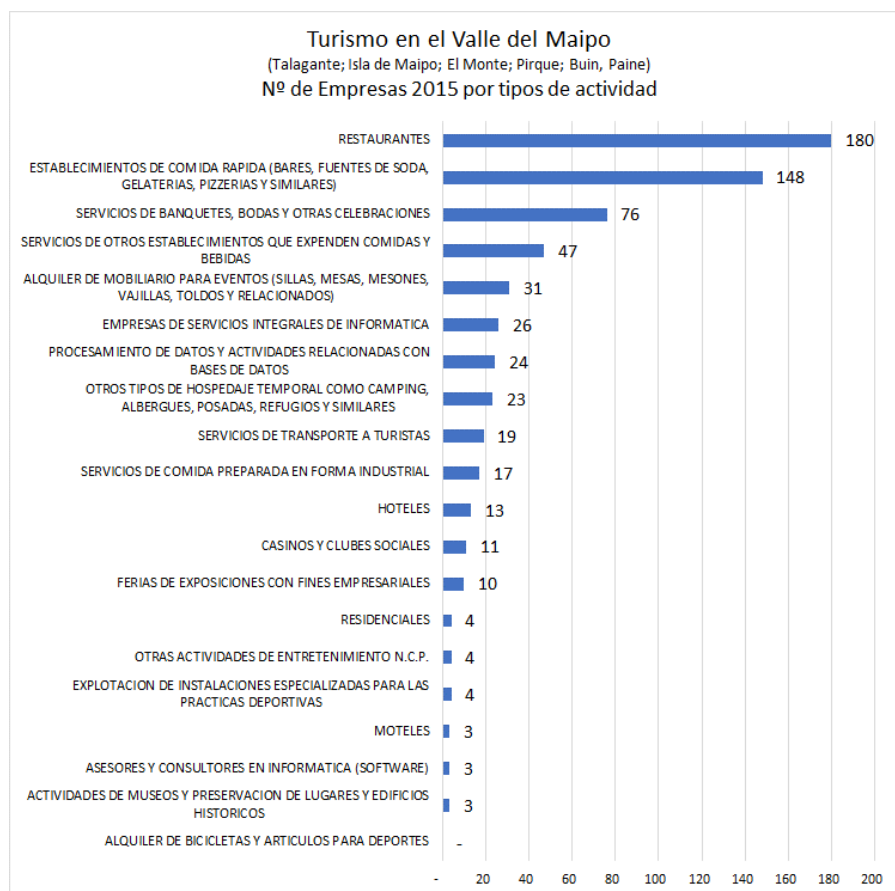
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Así, en el año 2015 hay 10 ferias con fines empresariales, tan solo 4 de actividades de entretenimiento, 4 de servicios de instalaciones deportivas, y 3 museos y empresas de servicios históricos.

En este sentido, destaca que no hay ninguna empresa en el valle dedicada a alquilar de bicicletas y artículos para deportes.

Se ha observado la tendencia a que los negocios enoturísticos tienen interés en ofrecer en el corto y mediano plazo nuevos tours y servicios de entretenimiento, ocio, deportes y bienestar, pero son actividades que se encuentran en la actualidad pendientes de diseñar y de lanzar al mercado.

Gráfico 4: número de empresas por tipos de actividad del sector turismo en el Valle del Maipo en 2015



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

La actividad relacionada con el turismo en la que ha crecido más el porcentaje de empresas en el Valle del Maipo ha sido la de casinos y clubes sociales, que ha aumentado en un 450% en 2015 con respecto a 2010.

Le siguen las ferias de exposiciones con fines empresariales con un 400% en el citado período, los servicios de instalaciones deportivas con un 300%, las empresas de alquileres de mobiliarios para eventos con un 287,50% y las empresas de servicios de matrimonios con un 162,07%.

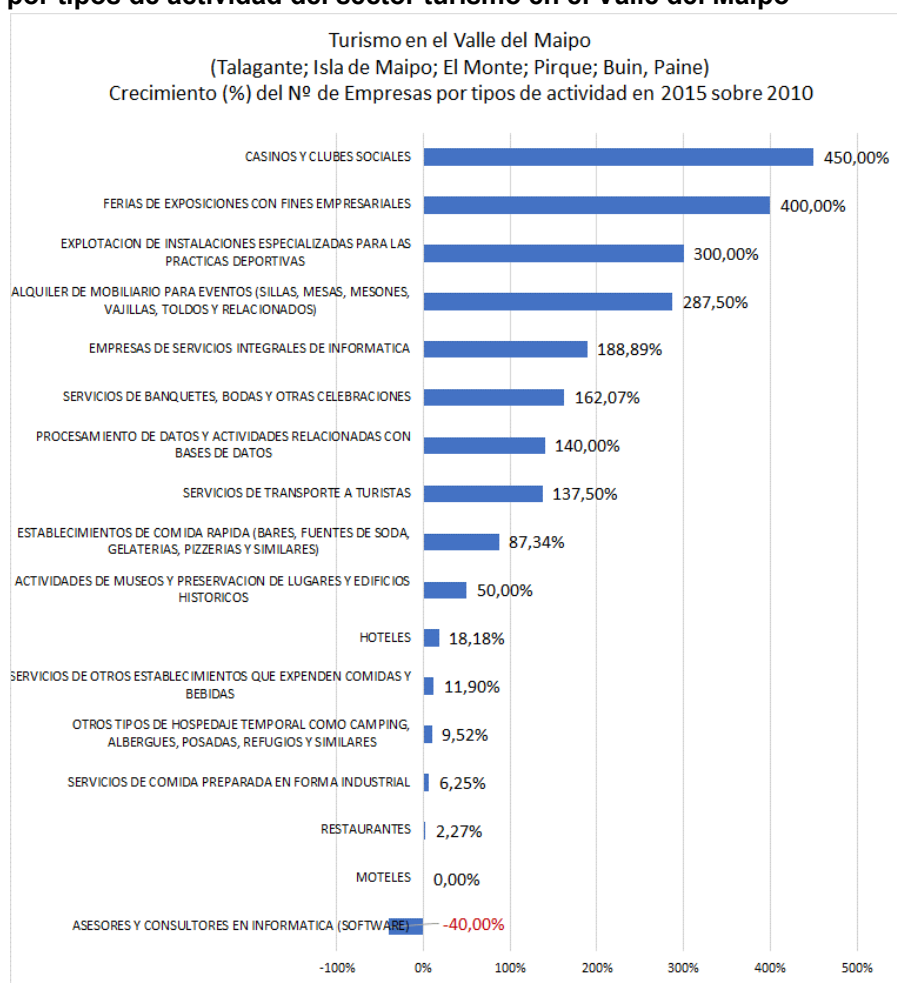
Por el contrario, se percibe una tendencia a un crecimiento menor de servicios de ocio y entretenimiento para actividades turísticas, tal y como se observa en el gráfico 5.

Cabe una mención especial para las empresas ubicadas en las comunas del Valle del Maipo que se dedican a actividades relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICs, que tienen un fuerte potencial de aplicación al sector enoturístico.

Así, de entre estas actividades TICs, se observa un incremento del 188,89% del número de empresas de servicios integrales de informática, que han pasado de 9 en 2010 a 26 en 2015.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 5: incremento (% en 2015 sobre 2010) del número de empresas por tipos de actividad del sector turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

Como se observa en la siguiente tabla 1, el ámbito de la **gastronomía** es el que más empresas tiene del sector turismo en el Valle del Maipo, con un total de 479 en el año 2015, habiendo crecido un 49,22% con respecto a las existentes en el año 2008.

Por su parte, el ámbito de los **servicios turísticos de entretenimiento y ocio** tiene un total de 71 empresas en el año 2015, habiendo crecido en un 343,75% con respecto al 2008. Las actividades de **alojamiento** tienen 43 empresas en 2015 habiendo crecido en menor medida que el resto de ámbitos, en un 34,38% con respecto a 2008.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, el ámbito de las **TICs**, integrado por servicios integrales de informática, actividades de bases de datos y consultores informáticos tiene un total de 53 empresas habiendo crecido en un 152,38% desde 2008.

Estas empresas no solo aplican sus servicios y tecnologías al sector del turismo y del vino, pero estos son unos sectores estratégicos en el valle y estas tecnologías forman parte esencial de los procesos de negocios para vender los servicios de enoturismo a nivel internacional.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Tabla 1: evolución del número de empresas por ámbitos del turismo en el Valle del Maipo 2008-2015

	Número de Empresas Turismo Valle del Maipo								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% 2015/2008
GASTRONOMÍA	321	327	344	369	386	400	445	479	49,22%
552010 - RESTAURANTES	180	170	176	183	184	187	187	180	
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS, PIZZERIAS Y SIMILARES)	61	65	79	79	96	102	132	148	
552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	18	29	29	42	43	48	62	76	
552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	43	41	42	47	39	38	35	47	
552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL	17	16	16	15	18	18	19	17	
552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES	2	6	2	3	6	7	10	11	
SERVICIOS TURÍSTICOS	16	22	21	29	40	48	56	71	343,75%
713030 - ALQUILER DE MOBILIARIO PARA EVENTOS (SILLAS, MESAS, MESONES, VAJILLAS, TOLDOS Y RELACIONADOS)	5	7	8	13	22	26	26	31	
602220 - SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS	7	8	8	6	11	14	18	19	
749962 - FERIAS DE EXPOSICIONES CON FINES EMPRESARIALES	-	7	2	4	3	3	3	10	
921990 - OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.	4	-	-	-	1	1	3	4	
924110 - EXPLOTACION DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS PARA LAS PRACTICAS DEPORTIVAS	-	-	1	3	1	2	4	4	
923200 - ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS	-	-	2	3	2	2	2	3	
713010 - ALQUILER DE BICICLETAS Y ARTICULOS PARA DEPORTES	-	-	-	-	-	-	-	-	
ALOJAMIENTO	32	36	35	33	33	38	42	43	34,38%
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REFUGIOS Y SIMILARES	18	22	21	20	17	23	24	23	
551010 - HOTELES	10	11	11	10	10	10	11	13	
551030 - RESIDENCIALES	1	-	-	-	2	2	4	4	
551020 - MOTELES	3	3	3	3	4	3	3	3	
TICs	21	19	24	28	28	34	37	53	152,38%
726000 - EMPRESAS DE SERVICIOS INTEGRALES DE INFORMÁTICA	18	9	9	10	10	12	15	26	
724000 - PROCESAMIENTO DE DATOS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON BASES DE DATOS	-	9	10	12	13	17	18	24	
722000 - ASESORES Y CONSULTORES EN INFORMÁTICA (SOFTWARE)	3	1	5	6	5	5	4	3	

Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

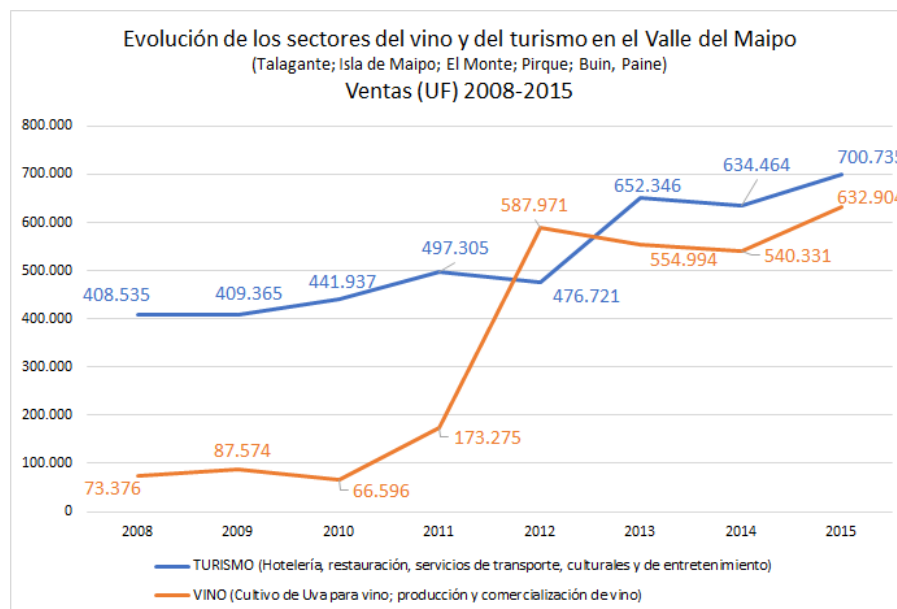
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En materia de ventas, el turismo representa un mayor volumen de ventas para el Valle del Maipo que la industria del vino. En el año 2015 el sector del turismo alcanzó unas ventas de 700.735 UF, por encima de los 632.904 UF ingresados por ventas por la industria del vino operativa en las comunas del Valle del Maipo.

Tal y como se observa en el gráfico 6, el incremento de las ventas de ambos sectores ha sido muy fuerte en el período 2008-2015. El **turismo ha tenido un incremento sostenido de ventas** de un 71,52% llegando a un importe de 700.735 UF en 2015 desde los 408.535 UF de 2008.

Por su parte, **la industria del vino ha tenido un fuerte incremento de ventas** de un 762,55% desde los 73.376 UF de ventas en 2008 hasta los 632.904 UF en 2015⁹.

Gráfico 6: evolución de las ventas (UF) 2008-2015 de los sectores del vino y el turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

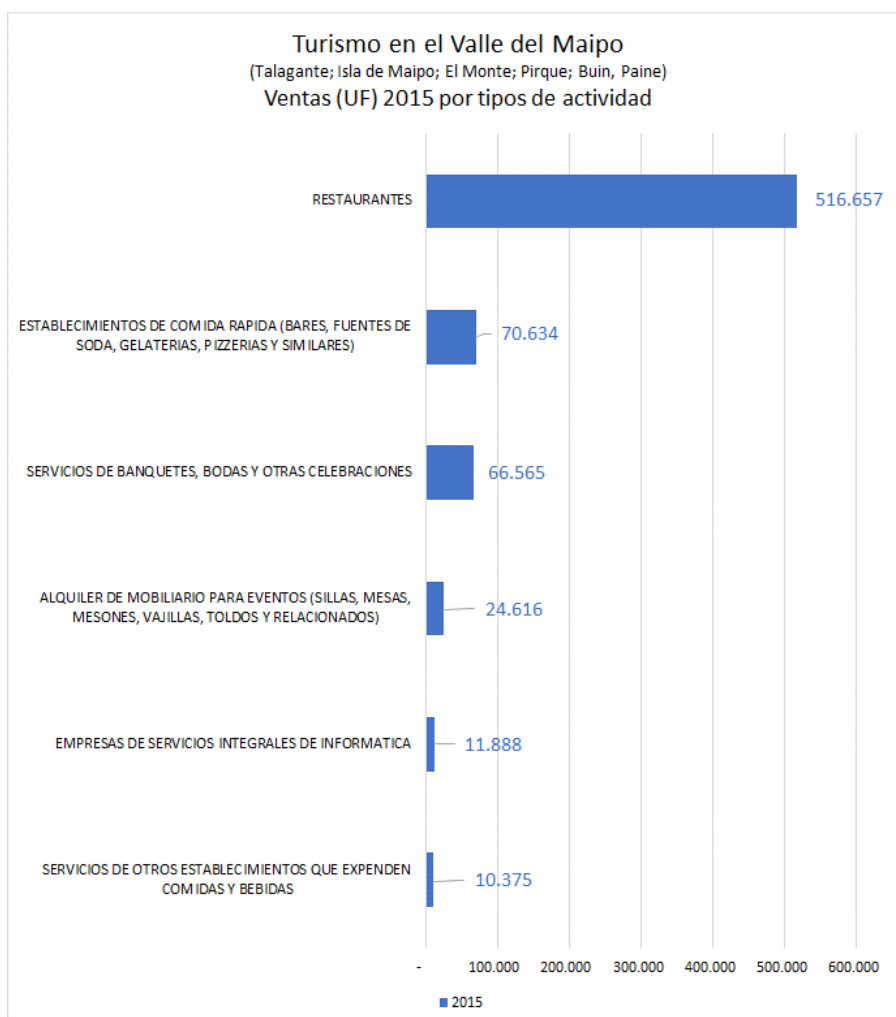
⁹ Estos datos son relativos a las ventas tributadas por la industria del vino en las propias comunas del Valle del Maipo consideradas para la realización de este estudio.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Según los datos disponibles en el Servicio de Impuestos Internos (SII), la actividad relacionada con el turismo que más ventas ha tenido, de manera destacada en el año 2015, ha sido la de restaurantes, con 516.657 UF.

A continuación, los establecimientos de comida rápida han tenido unas ventas declaradas de 70.634 UF, y los de servicios a banquetes, bodas y otras celebraciones han alcanzado ventas por 66.565 UF.

Gráfico 7: ventas (UF) por tipos de actividad del sector turismo en el Valle del Maipo en 2015



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En el caso específico de los restaurantes, se observa que mientras que el número de empresas ha permanecido estable en los últimos 8 años, las ventas han evolucionado de manera muy irregular cada año. En cualquier caso, han presentado una evolución general creciente hasta alcanzar un porcentaje de crecimiento de un 47,96% desde los 1.939,96 UFs/empresa del año 2008 hasta alcanzar la cifra de 2.870,31 UFs/empresa en el año 2015.

Esto puede significar un incremento del volumen de facturación de las empresas y/o un incremento de los precios debido a la elaboración y venta de productos gastronómicos de creciente valor añadido, que requieren una creciente capacitación y cualificación de los recursos humanos que trabajan en el sector.

Tabla 2: evolución de las ventas por empresa (UF) de “restaurantes” en el Valle del Maipo 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas de "Restaurantes" del Valle del Maipo	349.193	356.950	340.659	374.714	412.328	577.626	496.036	516.657
Nº de Empresas "Restaurantes" del Valle del Maipo	180	170	176	183	184	187	187	180
Venta por empresa	1.939,96	2.099,71	1.935,56	2.047,62	2.240,91	3.088,91	2.652,60	2.870,31

Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

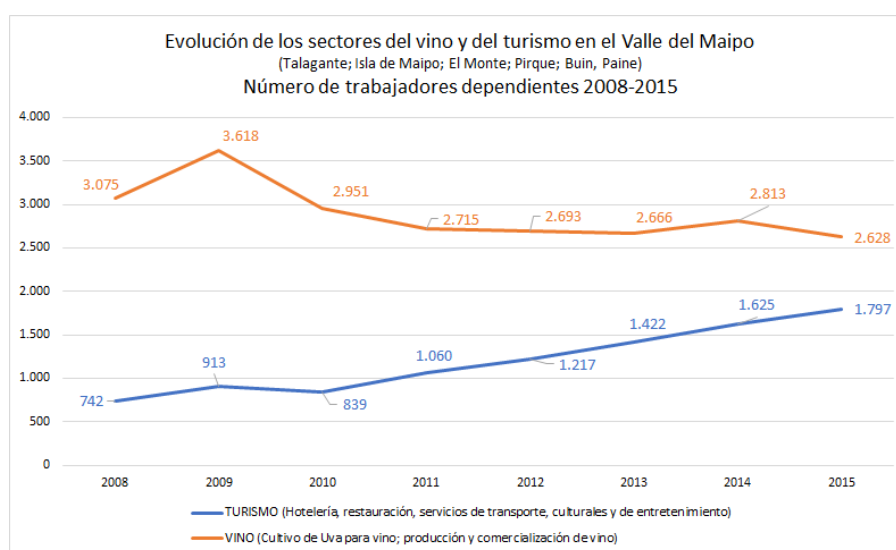
4.2/ EL CAPITAL HUMANO DEL TURISMO Y EL VINO

El número de trabajadores dependientes de la industria del vino en el Valle del Maipo presenta una tendencia de constante decrecimiento en el período 2008-2015. En ese período ha decrecido en un 14,54% habiendo pasado de los 3.075 trabajadores en el sector en el año 2008 a los tan solo 2.628 trabajadores en el año 2015.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Por el contrario, y tal como se muestra en el siguiente gráfico 8, el número de trabajadores dependientes del sector turismo ha crecido de manera estable en dicho período. Se ha incrementado en un 142,18%, habiendo pasado de los 742 trabajadores en 2008 a los 1.797 de 2015.

Gráfico 8: evolución del número de trabajadores dependientes 2008-2015 de los sectores del vino y el turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

La actividad de restaurantes es la que mayor número de trabajadores dependientes alcanza, ya que ha empleado a 1.004 profesionales en el año 2015.

Los servicios de gastronomía son los que mayor número de trabajadores dependientes emplean. Así, además de los restaurantes, los servicios de comida preparada emplean a 167 trabajadores dependientes, mientras que los establecimientos de comida rápida emplean a 164 trabajadores, y los casinos y clubes sociales emplean a 77 trabajadores.

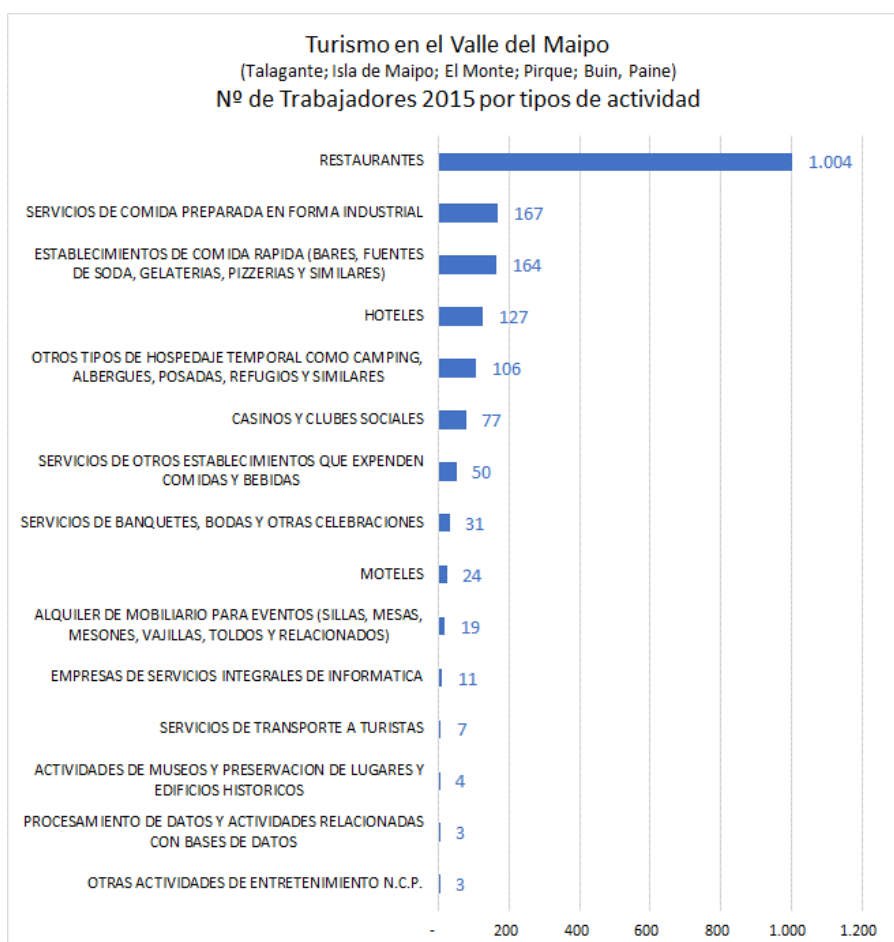
En materia de trabajadores dependientes se observa una tendencia a la moderada generación de empleo por parte de los negocios de alojamiento. Así, tal y como se observa en el siguiente gráfico 9, los hoteles emplean a 127 personas, mientras que los hospedajes temporales emplean a 106 trabajadores y los moteles a 24 trabajadores.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se observa la tendencia de que las actividades de ocio, entretenimiento, actividades culturales y deportivas generan una cantidad muy escasa de empleos. Ello, indica que las empresas de estos rubros tienen un número muy bajo de trabajadores dependientes por empresa, e incluso que presentan una tendencia a desarrollar su actividad mediante servicios profesionales y de emprendimiento sin contrataciones.

Esta tendencia al bajo número de trabajadores dependientes de las empresas de actividades de servicios al turismo genera una debilidad del potencial de desarrollo competitivo de las actividades en este rubro.

Gráfico 9: número de trabajadores dependientes 2015 por tipo de actividad del turismo en el Valle del Maipo



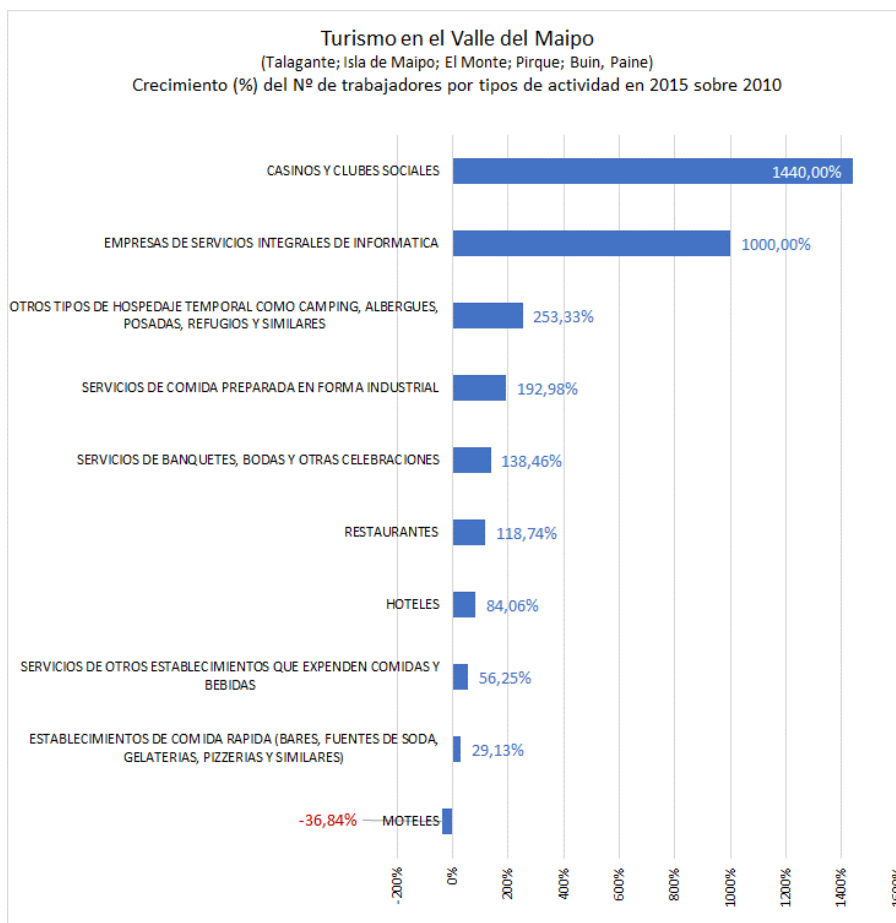
Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En términos de crecimiento, tal y como se observa en el siguiente gráfico 10, el mayor incremento de trabajadores se ha producido en la actividad de casinos y clubes sociales, que ha crecido en un 1440% desde los 5 trabajadores en 2010 a los 77 en 2015.

También ha crecido la actividad de hospedaje temporal que ha pasado de 30 trabajadores en 2010 a 106 en 2015, los servicios de comida preparada que han crecido en un 192,98% pasando de los 57 trabajadores en 2010 a los 167 en 2015, y el crecimiento de los servicios de banquetes, bodas y celebraciones que han crecido en un 138,46% pasando de 13 trabajadores dependientes en 2010 a 31 en 2015.

Gráfico 10: crecimiento del número de trabajadores dependientes (% de 2015 sobre 2010) por tipo de actividad del turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, los restaurantes han crecido también en un 118,74% pasando de los 459 trabajadores dependientes en 2010 a los 1.004 en 2015.

En el ámbito del alojamiento, tal y como se observa también en el gráfico 10, el mayor crecimiento se ha producido en hospedajes temporales con un 253,33%, pasando de 30 trabajadores en 2010 a los 106 de 2015.

También ha crecido en un 84,06% el número de trabajadores de los hoteles pasando de 69 en 2010 a los 127 de 2015. Por el contrario, ha decrecido en un 36,84% el número de trabajadores empleados en moteles, que han pasado de los 38 en 2010 a los tan solo 24 en 2015.

Como se observa en la siguiente tabla 3, el ámbito de la **gastronomía** es el que emplea a un mayor número de trabajadores dependientes, con un total de 1.493 en el año 2015 habiendo crecido en 118,59% con respecto al año 2008.

Por su parte, el ámbito del **alojamiento** es el segundo ámbito en importancia en términos de empleo de trabajadores dependientes, con un total de 257 en el año 2015 lo que supone un fuerte incremento de un 403,92% con respecto a 2008.

El rubro de los **servicios turísticos de ocio y entretenimiento**, aunque es el segundo en importancia en materia de número de empresas, tal y como se ha visto anteriormente en la tabla 1, no es un ámbito intensivo en generación de empleo para trabajadores dependientes. Así, ha empleado tan solo a un total de 33 en el año 2015.

Finalmente, el ámbito **TIC** ha generado 14 empleos en 2015, lo que indica según los datos del Servicio de Impuestos Internos SII que tampoco es un sector intensivo en empleo de trabajadores dependientes.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Tabla 3: evolución del número de trabajadores dependientes por ámbitos del turismo en el Valle del Maipo 2008-2015

	Número de trabajadores dependientes Turismo Valle del Maipo								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% 2015/2008
GASTRONOMÍA	683	806	693	859	969	1.191	1.323	1.493	118,59%
552010 - RESTAURANTES	516	638	459	583	726	837	914	1.004	
552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL	39	57	57	83	79	127	182	167	
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS,	99	74	127	124	84	116	104	164	
552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES	-	4	5	8	38	56	64	77	
552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	17	23	32	42	32	32	36	50	
552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	12	10	13	19	10	23	23	31	
SERVICIOS TURÍSTICOS	5	11	1	30	61	52	68	33	560,00%
713030 - ALQUILER DE MOBILIARIO PARA EVENTOS (SILLAS, MESAS, MESONES, VAJILLAS, TC	-	2	-	5	34	31	40	19	
602220 - SERVICIOS DE TRANSPORTE A TURISTAS	-	-	-	-	-	3	3	7	
923200 - ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS	-	-	-	1	3	3	3	4	
749962 - FERIAS DE EXPOSICIONES CON FINES EMPRESARIALES	-	9	1	10	7	-	-	-	
921990 - OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.	5	-	-	-	-	-	-	3	
924110 - EXPLOTACION DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS PARA LAS PRACTICAS DEPORTI	-	-	-	14	17	15	22	-	
713010 - ALQUILER DE BICICLETAS Y ARTICULOS PARA DEPORTES	-	-	-	-	-	-	-	-	
ALOJAMIENTO	51	91	137	156	158	160	218	257	403,92%
551010 - HOTELES	16	37	69	47	90	99	119	127	
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS,	11	21	30	79	39	30	69	106	
551020 - MOTELES	20	33	38	30	29	31	30	24	
551030 - RESIDENCIALES	4	-	-	-	-	-	-	-	
TICs	3	5	8	15	29	19	16	14	366,67%
726000 - EMPRESAS DE SERVICIOS INTEGRALES DE INFORMÁTICA	3	1	1	2	22	8	14	11	
724000 - PROCESAMIENTO DE DATOS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON BASES DE DATOS	-	4	-	1	7	11	2	3	
722000 - ASESORES Y CONSULTORES EN INFORMÁTICA (SOFTWARE)	-	-	7	12	-	-	-	-	

Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Tal como se presenta en la siguiente tabla 4, y ya se había percibido en el análisis de gráfico 9, el sector de la gastronomía y el alojamiento en el Valle del Maipo presenta un problema estructural consistente en el bajo número de trabajadores dependientes que trabajan en cada una de las empresas del sector.

Así, según los datos del Servicio de Impuestos Internos SII, se observa que la media de empleados en los casinos del valle es de 7 trabajadores por empresa en 2015 y la de los restaurantes es de 5,58 trabajadores por empresa en el año 2015.

Otros establecimientos de restauración presentan cifras incluso más bajas de número de empleados, como los establecimientos de comidas, con tan solo 1,11 empleados por empresa.

Aun así, la actividad de la gastronomía presenta una tendencia creciente de creación de empleo (nº empleados/empresa), debido al crecimiento en este indicador de las actividades de servicios de comida preparada industrial, que han pasado de 2,29 empleados por empresa en 2008 a 167 en 2015.

En cuanto a la actividad de alojamiento, se observa que el tamaño de los hoteles es pequeño, debido a que tienen una media de 9,77 empleados por empresa en 2015, mientras que los hospedajes tienen 4,61 trabajadores por empresa y los moteles 8 en 2015.

En efecto, durante el trabajo sobre el terreno se ha observado que las empresas de oferta complementaria al turismo, como restaurantes y alojamientos son de tamaño pequeño con una reducida capacidad de recursos de capital humano.

También se ha observado que los profesionales que trabajan en estos negocios están centrados en actividades de producción. Se ha observado una carencia de profesionales en ámbitos de la gestión empresarial competentes para el desarrollo competitivo de los negocios en el mediano y largo plazo, como gerentes, administradores, responsables financieros y de recursos humanos, profesionales del marketing internacional y de las tecnologías y las redes sociales, técnicos de creatividad, diseño o innovación, o especialistas en cooperación empresarial y relaciones institucionales y de mercado.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Tabla 4: evolución del número de trabajadores dependientes por empresa en los ámbitos del turismo en el Valle del Maipo 2008-2015

	Tamaño medio (Nº trabajadores/Nº empresas) de las empresas de Turismo del Valle del Maipo								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% 2015/2008
GASTRONOMÍA	1,31	10,58	10,82	15,29	15,20	23,66	32,58	30,36	2221,74%
552010 - RESTAURANTES	2,87	3,75	2,61	3,19	3,95	4,48	4,89	5,58	
552040 - SERVICIOS DE COMIDA PREPARADA EN FORMA INDUSTRIAL	2,29	57,00	57,00	83,00	79,00	127,00	182,00	167,00	
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS,	1,62	1,14	1,61	1,57	0,88	1,14	0,79	1,11	
552030 - CASINOS Y CLUBES SOCIALES	-	0,67	2,50	2,67	6,33	8,00	6,40	7,00	
552090 - SERVICIOS DE OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	0,40	0,56	0,76	0,89	0,82	0,84	1,03	1,06	
552050 - SERVICIOS DE BANQUETES, BODAS Y OTRAS CELEBRACIONES	0,67	0,34	0,45	0,45	0,23	0,48	0,37	0,41	
ALOJAMIENTO	2,22	3,83	5,09	4,66	4,64	5,38	5,92	5,59	152,07%
551010 - HOTELES	1,60	3,36	6,27	4,70	9,00	9,90	10,82	9,77	
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS	0,61	0,95	1,43	3,95	2,29	1,30	2,88	4,61	
551020 - MOTELES	6,67	11,00	12,67	10,00	7,25	10,33	10,00	8,00	

Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

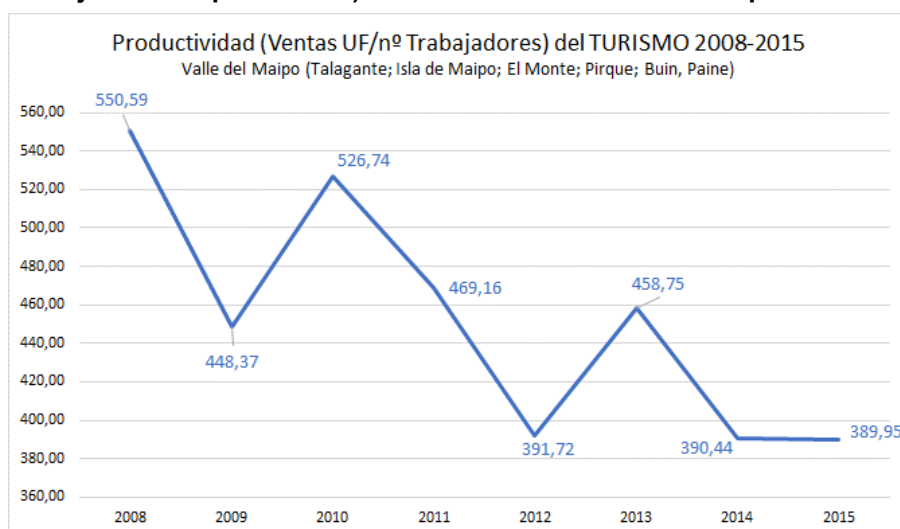
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Adicionalmente, se observa con los datos disponibles en el Servicio de Impuestos Internos (SII) una **tendencia al fuerte decrecimiento de la productividad¹⁰ del sector turismo en el Valle del Maipo**. Así, como se observa en el gráfico 11, la productividad del turismo en el valle ha decrecido desde los 550,59 UFs por cada trabajador dependiente a los tan solo 389,95 UFs por trabajador dependiente.

Esta tendencia indica que las empresas están generando un menor volumen de ventas por cada trabajador que tienen contratado. **El nivel de cualificación y la adecuación de la experiencia del capital humano que trabaja en el sector no se ajusta a las necesidades de incremento de la productividad que requieren las empresas del sector**. Durante el trabajo sobre el terreno se han observado las dificultades de las empresas del sector para conseguir profesionales cualificados en enoturismo dispuestos a cobrar un salario relativamente no elevado y a residir en el entorno del Valle del Maipo. Adicionalmente, se ha observado que las empresas tienden a no invertir en cursos de capacitación de sus empleados debido a la alta rotación del personal en el sector.

Todos ellos son factores que contribuyen a una progresiva pérdida de competitividad del turismo en el Valle.

Gráfico 11: evolución 2008-2015 de la productividad (Ventas/nº Trabajadores dependientes) del turismo en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

¹⁰ Productividad calculada como Ventas entre nº de trabajadores dependientes

4.3/ EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

En el trabajo sobre el terreno realizado se ha recopilado información sobre los retos, los servicios enoturísticos y el posicionamiento de especialización inteligente que las empresas y agentes del sector consideran que ha de tener el enoturismo del Valle del Maipo en los próximos años.

4.3.1/ RETOS

Los resultados de las entrevistas procesadas para la realización de este informe de diagnóstico muestran una tendencia a que los agentes y viñedos consideran que el reto más importante que el tejido empresarial del enoturismo del Valle del Maipo tiene que afrontar es el de la gestión. Adicionalmente, se observa que la valoración media de los entrevistados sobre la importancia de este reto es muy alta, alcanzando 4,03 puntos sobre 5 puntos, tal y como se observa en el gráfico 12.

Se observa una tendencia a considerar que los factores clave que inciden en la posición competitiva del sector en la actualidad en el Valle del Maipo están relacionados con el trabajo en la base, dirigido al diseño y la preparación de los productos y servicios enoturísticos y a estructurar líneas de negocio especializadas en turismo del vino.

Por ello, se observa la tendencia de las viñas a establecer planes y propuestas de organización de la gestión del negocio enoturístico. Así, las empresas grandes afrontan retos de organización interna y de dotación de recursos humanos adecuados para mejorar la calidad de los servicios enoturísticos prestados a sus visitantes y también para diseñar nuevos servicios enoturísticos innovadores.

Por su parte, las viñas medianas y pequeñas presentan una tendencia a plantearse el reto de definir el modelo de negocio enoturístico que van a desarrollar en el mediano y largo plazo. Para ello, se encuentran con recursos financieros y de capital humano escasos y con la necesidad de adquirir conocimiento y experiencia sobre las claves del negocio turístico.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Sus retos por lo tanto están relacionados con la organización de la actividad, con la decisión estratégica sobre si desarrollar el enoturismo desde el seno de la viña o con una forma jurídica independiente, y con la comprensión de los mecanismos del mercado turístico que dan lugar a conseguir una importante atracción de visitantes de segmentos de mercado de interés.

En cualquier caso, se observa que el negocio principal de las viñas es la venta de vino, y el enoturismo pasa a ser considerado como un símbolo o una herramienta de marketing para mejorar las ventas de vino, pero no como un negocio turístico en sí mismo. De esta forma, se observa una tendencia a que las viñas medianas y pequeñas no conocen o manejan criterios adecuados para implementar un negocio en el sector turismo.

Por otra parte, se observa la tendencia a considerar muy importante el reto de la calidad de los productos y servicios enoturísticos, y la necesidad de la cooperación para impulsar el sector.

El tema de la cooperación se percibe como un factor estratégico relevante. Se observa una tendencia a considerar que falta mucho trabajo en materia de alianzas. Se percibe por parte de las propias viñas que cada uno está en lo suyo. Existe una variada oferta de viñas, pero no todas están abiertas a recibir turistas.

Las municipalidades trabajan para promover el desarrollo competitivo del sector, el desarrollo local y las alianzas entre las viñas para impulsar productos y servicios de interés común entre viñas. Pero no se observa una tendencia a la existencia bien establecida de alianzas entre ellas. No existen asociaciones que las vinculen, ni tampoco existe un Plan Estratégico de Cooperación entre ellas.

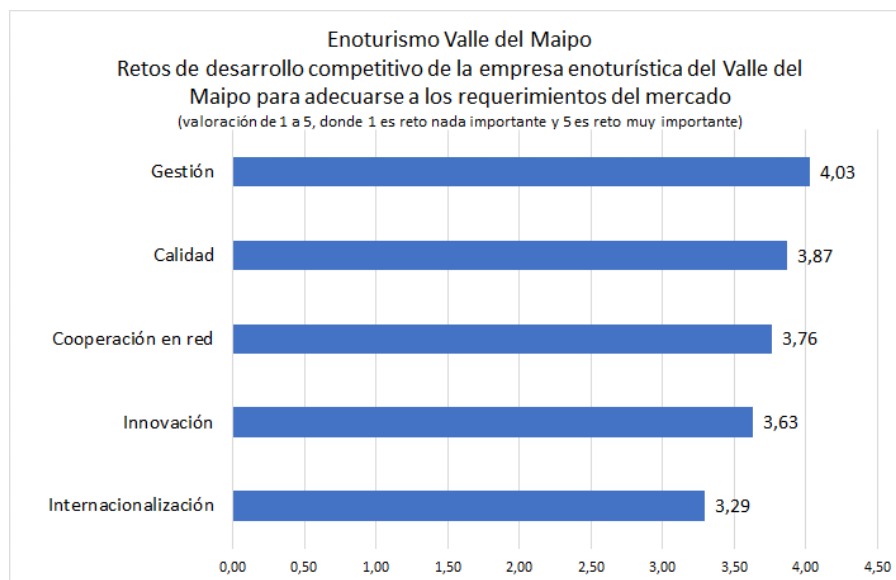
Se observa una fuerte tendencia entre los entrevistados a la necesidad de crear y desarrollar nuevas dinámicas de trabajo en red. Se considera prioritario a su juicio que las viñas se vinculen y articulen para el desarrollo del enoturismo. Se tiende a percibir por los entrevistados a la cooperación como un factor fundamental.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Actualmente no se percibe una integración real entre los mundos del vino y el turismo en el valle. Los entrevistados tienden a considerar que **le** queda al sector un reto importante por delante dirigido a que los diferentes modelos de negocio de las industrias de alimentación, la gastronomía, el turismo y el vino se integren y generen un mix coherente que se transforme en una oferta enoturística atractiva, diferenciada y competitiva en el mercado internacional del turismo del vino.

Adicionalmente, la tendencia señalada por los entrevistados muestra una menor importancia de los retos de la internacionalización, debido a que este es un ámbito en el que los negocios enoturísticos ya se desenvuelven en los mercados, esencialmente en el mercado de Brasil, y la innovación, que es un reto no se observa incorporado de manera sistemática de manera generalizada en la agenda de los negocios del sector.

Gráfico 12: retos de desarrollo competitivo de los negocios de enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

4.3.2/ ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE

Los resultados de este estudio muestran una tendencia a considerar que la especialización inteligente que el sector enoturístico chileno ha de impulsar es la del “enoturismo experiencial”, tal y como se observa en el gráfico 13.

Se observa la tendencia entre los entrevistados a considerar que el enoturismo del valle ha de capacitar a profesionales que acompañen bien la experiencia enoturística que se desea ofrecer al turista. Así, es el personal que se encuentra en contacto con los turistas el responsable de transmitir esa experiencia que se desea mostrar.

Este posicionamiento de especialización inteligente resulta destacado por parte de los entrevistados, ya que alcanza una muy alta valoración media de 4,32 puntos sobre el máximo de 5 puntos.

Existen en el valle viñas con mucha historia y tradiciones. También existe un alto reconocimiento de la zona a nivel nacional e internacional por la alta calidad y prestigio de sus vinos.

En efecto, se observa la tendencia a considerar que la prioridad de especialización inteligente hacia la que se debieran orientar los esfuerzos del sector enoturístico del Valle del Maipo es la de “enoturismo experiencial”.

Se observa la necesidad de conectar con el turista, ya que ahora no se está haciendo de la forma adecuada para aprovechar todo el potencial existente. Se percibe la necesidad de mejorar la capacidad de conectar con las emociones de los turistas potenciales, de ofrecer una vivencia que los turistas recuerden tras su visita.

Se observa una carencia de conocimiento en el sector sobre los mecanismos que llevan a los turistas a encadenar una serie de experiencias durante un viaje, que los lleven a adquirir, comprar y contratar un conjunto de productos y servicios turísticos, de tal forma que su gasto se incremente en favor de los negocios locales, y el conjunto resulte una experiencia emocionante que pase a su recuerdo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se observa una carencia de conocimiento sobre los procesos de negocio turístico que llevan a integrar la oferta de productos y servicios para incrementar el gasto por turista que visita el valle en la actualidad.

Para avanzar en esta prioridad de especialización, se tiende a observar por parte de los entrevistados que las empresas del entorno no son expertas en el mercado del turismo. Son empresas con una gran tradición en la producción y comercialización de vinos, pero para las que el turismo es un mercado nuevo.

A modo de ejemplo, se observa una debilidad relacionada con el modelo de organización del negocio enoturístico en la zona, como es la carencia de conocimiento sobre cuáles son los horarios adecuados para la prestación de los mejores servicios turísticos a los visitantes interesados en obtener una experiencia con los vinos de la zona, ya que las viñas están acostumbradas a desarrollar su negocio con horarios de planta industrial de producción, mientras que el turismo es un servicio en el que los horarios de los turistas no tienen nada que ver con los horarios de un proceso productivo.

De esta forma, se observan dificultades para diseñar productos y servicios turísticos relacionados con el vino que estén definidos en función de las tendencias y gustos que buscan los turistas. En este sentido, se observa una infrautilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICs como herramienta para comprender lo que buscan los turistas de los segmentos de mercado de interés estratégico.

Se observa una tendencia a considerar de interés el desarrollo y caracterización de atributos específicos para el enoturismo del Valle del Maipo. Atributos que posicionen la marca del valle y transmitan una experiencia atractiva para turistas de alto poder adquisitivo.

En este sentido, se valoran las opciones de diseñar nuevos productos relacionados con la experiencia que supone probar vinos de alta gama, la organización de catas especializadas, u ofrecer servicios de salud, bienestar, gastronomía y ocio novedosos en el entorno.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

También se observa la necesidad de diferenciar la oferta de servicios turísticos del vino de las diferentes viñas. En realidad, los entrevistados tienden a percibir que basta con visitar una viña del valle para tener la sensación de que las conoces todas, debido a que la gran mayoría se encuentran ofreciendo el mismo producto de tours en la actualidad.

Sin embargo, se percibe que existe una gran variedad y diversidad en el valle y que existe la oportunidad de revelarla y de ponerla en valor.

Se observa la tendencia entre los entrevistados a considerar que la experiencia que el valle tiene el potencial de ofrecer está relacionada con transferir conocimiento sobre la cultura y el patrimonio de los viñedos de la zona, y la calidad y prestigios de los vinos del Valle del Maipo, sobre todo a los visitantes potenciales procedentes de Brasil, que son unos consumidores de los vinos del valle, pero que en la actualidad siguen teniendo un importante campo de aprendizaje en el mundo del vino.

Finalmente, se observa la tendencia entre los entrevistados a considerar que hace falta mejorar los servicios básicos para mejorar la experiencia de los visitantes.

Para ello se requiere que las municipalidades ejerzan un “role” clave para impulsar proyectos de desarrollo local y de asociatividad entre los viñedos, así como facilitar el otorgamiento de patentes de negocios y permisos de funcionamiento de los nuevos negocios relacionados con este sector.

Adicionalmente, se considera que se debe mejorar en la capacidad de personalización de los servicios enoturísticos a los ritmos de los turistas, en la vinculación entre los viñedos con el ámbito local, y en el incremento de la calidad de los productos, los servicios y el capital humano que trabajará en el sector en los próximos años.

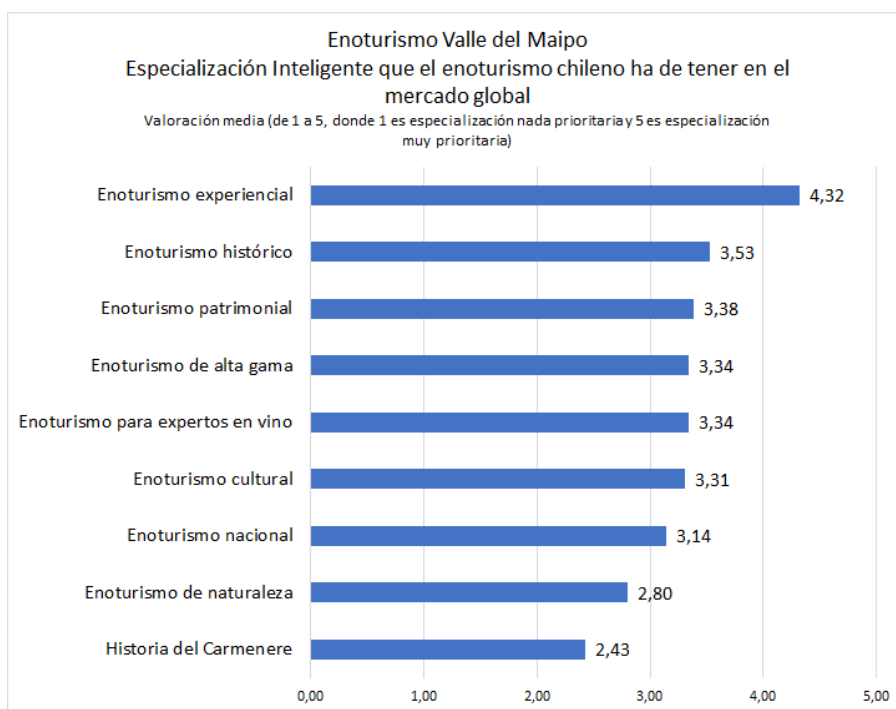
En un segundo nivel de importancia, tal y como también se observa en el siguiente gráfico 13, se percibe la tendencia a considerar en un segundo nivel como ámbitos de especialización inteligente el enoturismo histórico, el enoturismo de alta gama y el enoturismo patrimonial y cultural.

Por el contrario, se observa una tendencia a considerar menos prioritaria la especialización inteligente en la atracción de turistas nacionales al

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

enoturismo, así como el enoturismo de naturaleza y el de variedades de uva (como carmenere).

Gráfico 13: posicionamiento de especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

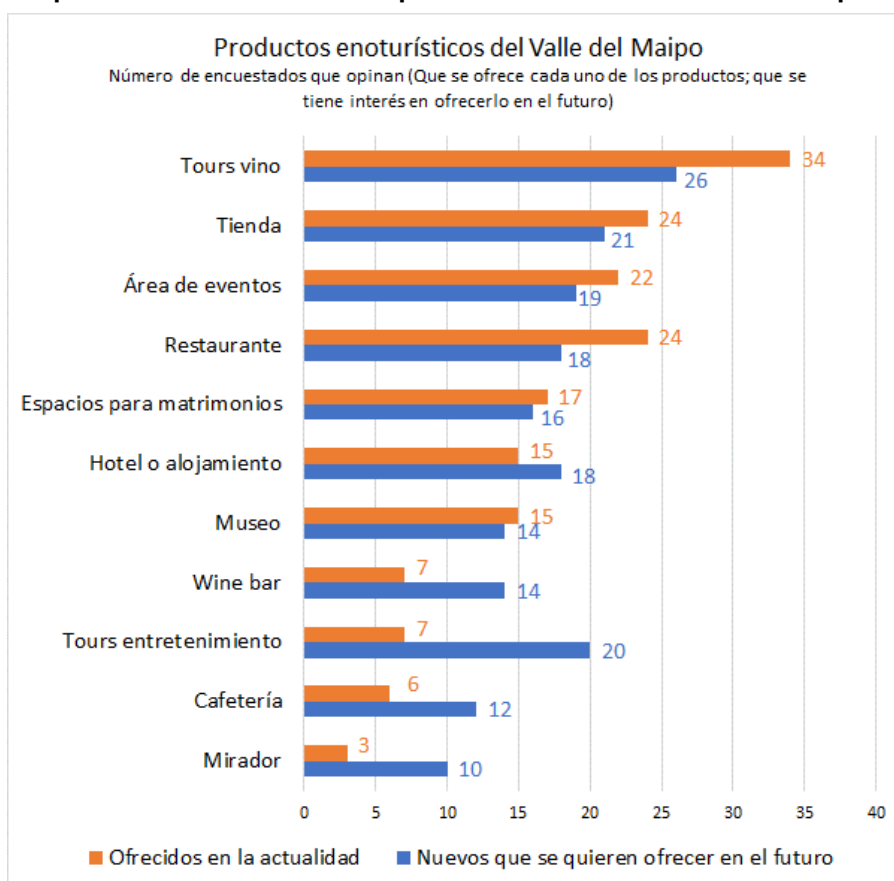
4.3.3/ PRODUCTOS ENOTURÍSTICOS

Los productos enoturísticos que más se ofrecen son los tours del vino y las tiendas. Los que menos, las instalaciones de relax y bienestar (como miradores), las cafeterías y wine bars y los tours de entretenimiento.

Sin embargo, tal y como se observa en el siguiente gráfico 14, se observa una fuerte tendencia a considerar como prioritario el lanzamiento de nuevos productos enoturísticos que en la actualidad no se están prestando. En este ámbito destacan el interés por crear nuevas ofertas de tours de entretenimiento y de puesta en marcha de wine bars.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 14: productos enoturísticos ofrecidos en la actualidad y que se quieren ofrecer en el futuro por el enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

En efecto, se tiende a percibir que los productos y servicios enoturísticos del valle resultan muy estandarizados. Todos los viñedos ofrecen los mismos tipos de servicios. No se percibe una diferenciación entre los productos y servicios enoturísticos de los diversos viñedos del valle.

Así, las grandes viñas tienen establecido un modelo de negocio dirigido a la atracción de un gran número de visitantes a sus tours de recorrido de la viña y de realización de una sencilla cata de vinos de la propiedad.

Por su parte, los viñedos medianos y pequeños ofrecen también tours, pero su capacidad de alcanzar una alta rotación de visitantes es más reducida. Se percibe que el sector está especializado en la organización de tours, más que

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

en la prestación de un conjunto integrado de servicios turísticos diversos centrados de manera intensa en la transmisión de una experiencia emocionante a los visitantes.

En este contexto, se tiende a percibir el interés por desarrollar y lanzar al mercado nuevos productos enoturísticos. Como se observa en el gráfico 14, se plantean los retos de diseñar nuevos servicios de entretenimiento, ocio, salud, bienestar y deporte, como cabalgatas, recorridos en bicicleta, talleres de cocina; talleres de mixología; rutas gastronómicas y por los mercados locales, experiencias con las catas de diversas variedades y procedencias de vinos, cursos de catas, tours de vendimias, o trekkings.

También experiencias de aprendizaje de potencial interés para los turistas potenciales, como eventos y actividades artísticas y lúdicas relacionadas con el maridaje de los tintos y los blancos con la gastronomía local, o talleres para que el turista elabore su propio vino pasando por todo el proceso de la manera más artesanal posible.

A ello, se percibe por los entrevistados la oportunidad de producir y comercializar productos artesanales locales, como souvenirs, dulces tradicionales, productos de vinoterapia y salud basados en esencias e ingredientes del vino, o productos agrícolas y frutales de la zona.

Se percibe una tendencia a considerar como oportunidad el establecimiento en el futuro de tours del vino mucho más activos y conectados con el entorno. Tours realizados para visitar no sólo las viñas, sino para sumar otras actividades que conecten a los visitantes con lo local.

Así, se percibe que las ofertas o rutas turísticas deben enfocarse o considerar un aporte de contenidos y experiencias al turista, y se percibe que el Valle del Maipo en este ámbito presenta una oferta muy básica en la actualidad.

En este sentido, se percibe que los productores y artesanos locales no presentan una oferta atractiva y de interés para los turistas del vino, tanto de origen nacional como internacional.

5/ MAPA OCUPACIONAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

El objetivo de este *Mapa Ocupacional* consiste en identificar las diferentes ocupaciones que necesitan o van a necesitar las empresas que integran la cadena de valor del sector enoturismo en el Valle del Maipo.

El Mapa Ocupacional es el conjunto de ocupaciones que necesitan o van a necesitar las empresas que integran la cadena de valor del sector enoturismo en el Valle del Maipo (es decir, empresas vitivinícolas y afines tales como restaurantes, hoteles, tour operadores, empresas de turismo de aventuras y de naturaleza etc...), en particular en aquel tipo de actividades más vinculadas a calidad, innovación, internacionalización, etc. es decir, con la mejora competitiva del sector.

5.1/ DEMANDA DE PERFILES LABORALES PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO

Durante el trabajo de campo se ha recopilado información cuantitativa y cualitativa sobre las tendencias en necesidades de *perfiles laborales* del capital humano para el desarrollo competitivo del enoturismo del Valle del Maipo.

Se ha trabajado en recopilar información sobre necesidades de trabajadores en áreas de los negocios enoturísticos relacionadas con la calidad, gestión, innovación, internacionalización y cooperación.

5.1.1/ CALIDAD DEL PRODUCTO

Los resultados de la información recopilada en las entrevistas presentan una tendencia a considerar que resulta muy necesaria mejorar la experiencia de los visitantes de los viñedos y viñas.

La valoración media de esta necesidad por parte de los entrevistados es muy alta, alcanzando 4,64 puntos sobre 5 posibles, tal y como se observa en el siguiente gráfico 15.

En coherencia con esta necesidad de mejorar la experiencia de los turistas del vino, se observa la tendencia a considerar como muy necesaria la introducción de mejoras en los conceptos de los productos y servicios enoturísticos que se ofrecen.

Se tiende a considerar por parte de los entrevistados que resulta necesario sofisticar y diversificar el producto. Se requiere darle un mayor valor turístico para que aporte una experiencia diferente y alcance a ser más valorado por los turistas de diversas partes del mundo. La diferenciación se percibe como un factor clave.

Para ello, se percibe que debiera existir un mayor conocimiento en el capital humano del sector sobre las características de diferenciación de un producto turístico en general, y de un servicio de enoturismo en particular.

Dado lo estandarizado de la oferta existente actual en el sector, se tiende a percibir como necesario que el capital humano del sector aprenda a detectar y poner en valor las propias potencialidades.

También se percibe como necesaria para la mejora de los productos enoturísticos del valle la apertura a la colaboración con otros viñedos del entorno. Ir un poco más allá de las potencialidades endógenas de las viñas, y explorar los potenciales de complementariedad que existen entre viñedos vecinos, que ahora se desconocen entre ellos.

Se percibe como de potencial necesidad la realización de reflexiones estratégicas conjuntas entre viñedos para identificar puntos de complementariedad y establecer objetivos estratégicos comunes.

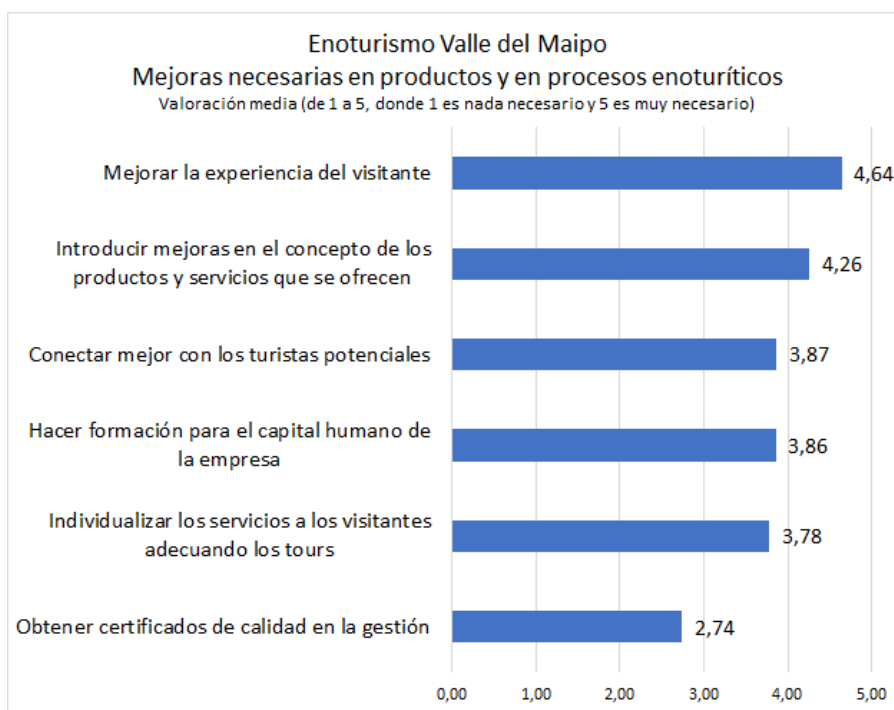
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En este sentido se observa una potencial contradicción. Una carencia en el momento de pasar de las ideas a los hechos. Así, se observa la tendencia a expresar la necesidad de fijar estrategias de cooperación entre viñas, pero también se observa la tendencia a no iniciar actuaciones concretas para abordarlas y llevarlas a cabo.

Por el contrario, tal y como también se observa en el siguiente gráfico 15, existe una tendencia a considerar de menor importancia la mejora en la individualización de los tours a los visitantes.

También se observa la tendencia de que, para mejorar la calidad de los productos y servicios, no es tan relevante en la actualidad la formación del capital humano y la obtención de certificados de calidad, como la mejora de los conceptos de negocio para la mejora de la experiencia de los visitantes.

Gráfico 15: mejoras necesarias en los productos enoturísticos del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Para avanzar en el desarrollo de estas tendencias, se observa que resultan muy necesarios los empleos de guías turísticos, tal y como se recoge en el siguiente gráfico 16. La valoración media de la necesidad de los empleos de guías turísticos es muy alta, alcanzando 4,35 puntos.

Se tiende a considerar como prioritaria la necesidad de profesionales con un perfil de “Guías turísticos” de alto nivel de cualificación para el ejercicio de dicha actividad. Se observa la tendencia a demandar guías turísticos que trabajen de manera independiente. Las viñas medianas y pequeñas tienden a buscar profesionales a los que puedan subcontratar, en lugar de integrarlos en plantilla.

En la actualidad se tiende a percibir un concepto incompleto del Guía Turístico. Este debe ser un embajador de la marca, un amigo del turista, un profesional capaz de transmitir una experiencia, un conocimiento y una pasión por el producto vinícola y el servicio turístico que está prestando.

También se percibe de interés el perfil de "Guía sumiller" altamente especializado, capaz de recibir y atender a visitantes expertos en vino de diferentes partes del mundo. En este sentido, se percibe la idea de que hay una oportunidad de capacitar en la actualidad a los que serán los pioneros de la profesión del enoturismo en el Valle del Maipo.

Se observa la dificultad de encontrar Guías Turísticos adecuadamente cualificados, con disposición a aceptar los niveles salariales que se ofrecen en el sector en la actualidad, y que se encuentren dispuestos a residir en el entorno de los viñedos.

Otros perfiles laborales que se ha observado que tienen una demanda en el sector en la actualidad son algunos como Gestores de negocios enoturísticos. Se buscan administradores especializados en turismo y en vino, que tengan ganas, voluntad y mente abierta, ya que los mercados son cada vez más exigentes. Han de ser gestores de empresas, pero también expertos en gestión de recursos patrimoniales y en legislación turística.

En el ámbito de la gestión, también se tiende a demandar técnicos en enoturismo, técnicos de redes sociales, y gerentes de hotel. En el ámbito de la gastronomía y restauración, se tiende a demandar perfiles como Chefs ejecutivos de la viña (personas que integren vino y cocina y que manden

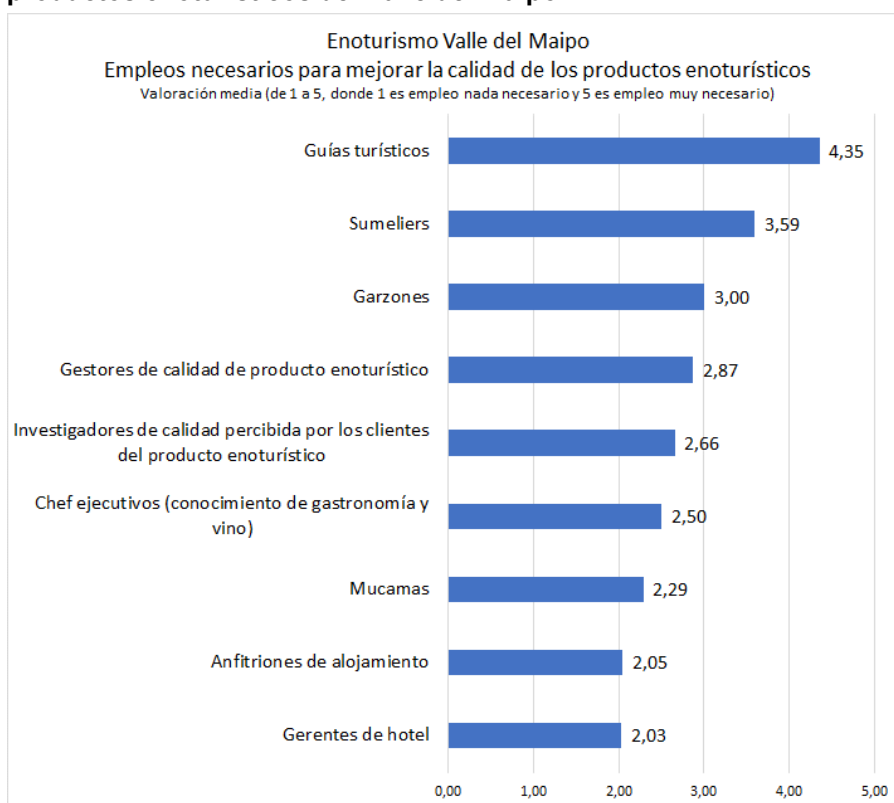
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

sobre el restaurante del negocio enoturístico). También cocineros de comida tradicional y cocineros innovadores capaces de hacer show-cooking.

En el ámbito del servicio gastronómico al cliente, se tiende a requerir garzones capaces de poner el foco en empatizar, conectar e informar al cliente, de transmitirle la pasión y el gusto por la oferta gastronómica. Son los que tienen el contacto directo con los clientes. Adicionalmente, se han identificado demandas de técnicos de bienestar, como masoterapeutas especialistas en vinoterapia.

Como tendencia general, se observa una menor necesidad de empleos relacionados con el alojamiento, ya que no se observa una fuerte tendencia entre los negocios enoturísticos a crear nuevas líneas de servicios en el ámbito de la hotelería.

Gráfico 16: empleos necesarios para mejorar la calidad de los productos enoturísticos del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

5.1.2/ GESTIÓN DEL NEGOCIO

En materia de gestión, se observa una tendencia a considerar necesaria la mejora en gerencia de los negocios específicos de turismo del vino, de manera diferenciada de la gerencia de los negocios de producción vinícola de las viñas.

En efecto, se observa la tendencia a considerar necesaria por parte de los entrevistados una gerencia específica para la línea de negocio de turismo del vino diferenciada de la gestión de la producción de vinos de las viñas.

El objetivo percibido con esta idea es que la gerencia de la línea de actividad enoturística tenga claridad para poder diseñar y lanzar al mercado un buen producto turístico que sea capaz de transmitir y empoderar a los responsables de desarrollo competitivo estratégico de la viña, como son los equipos de producto o de marketing.

Así, los responsables de marketing y comunicación desarrollan un trabajo muy conectado con el cliente, lo cual es clave en el negocio turístico. Se observa la necesidad de que estos responsables de gestión y acción comercial identifiquen necesidades en el mercado del turismo, y aprovechen la interacción y la gestión de la información para evaluar la satisfacción de las experiencias vividas por los visitantes, e identificar mejoras posibles para el desarrollo del negocio.

Se observa la tendencia a que los entrevistados consideren clave el trabajo integrado del gerente y de los responsables del área comercial, para impulsar el conocimiento y el desarrollo competitivo de la línea de negocio de turismo en el ámbito del vino a nivel nacional e internacional.

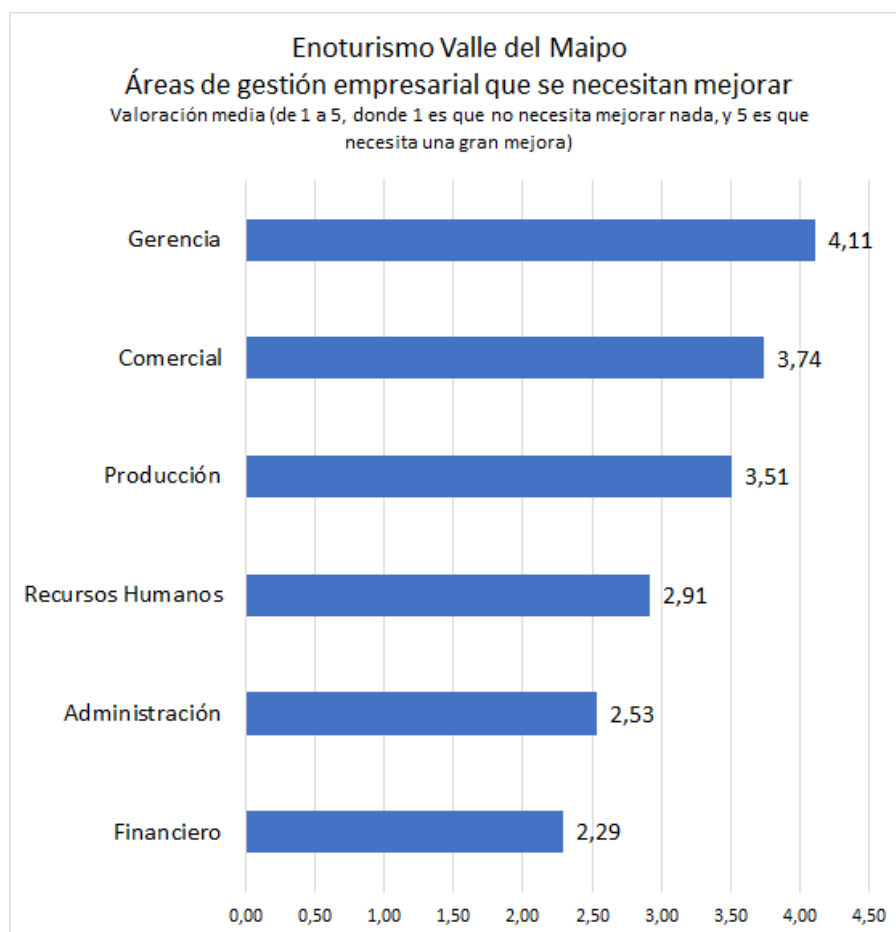
Se percibe que la gerencia y el área de marketing y comercial han de trabajar de forma integrada para sumar al proyecto a la oferta complementaria aledaña, como restaurantes, alojamientos y emprendimientos, que se pueda relacionar al mismo nivel de servicio requerido por la viña. *Existe la oportunidad en este ámbito de aprovechar con especial atención los emprendimientos impulsados por Adultos Mayores del entorno local.*

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En las viñas medianas y pequeñas se observa la tendencia a necesitar convencer a la gerencia general de la viña sobre la pertinencia y oportunidad de impulsar el desarrollo de la actividad enoturística.

Por otro lado, tal y como se observa en el siguiente gráfico 17, se plantea la tendencia a considerar menos necesaria la mejora en los ámbitos financiero y de administración.

Gráfico 17: áreas de gestión empresarial que el enoturismo del Valle del Maipo necesita mejorar



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

En materia de necesidades de empleo, se observa la tendencia a demandar un perfil laboral de gestor de negocios enoturísticos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

También se plantean las demandas de incrementar la multidisciplinariedad de los técnicos que van a trabajar en los negocios enoturísticos, incorporando capacidades para realizar diversas funciones integradas como las de guías, vendedores, cobradores, conductores, etc.

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesaria para mejorar la gestión de los negocios enoturísticos a gestores encargados de destino, que integren y articulen todos los productos y servicios relacionados con el vino que ofrecen los viñedos de la región.

Se percibe que estos gestores deben administrar desde la concepción del área de turismo del vino hasta su gestión. Deben tener un perfil de gestor, comercial y de relaciones públicas. Debe ser un perfil multidisciplinar, capaz de conocer y manejar conceptos de gestión, de marketing y comunicación, y de redes sociales.

Se percibe que debe tener una orientación a la acción comercial y experiencia en el ámbito del turismo. Se percibe que debe ser también un gestor de Tecnologías de la Información y la Comunicación TICs.

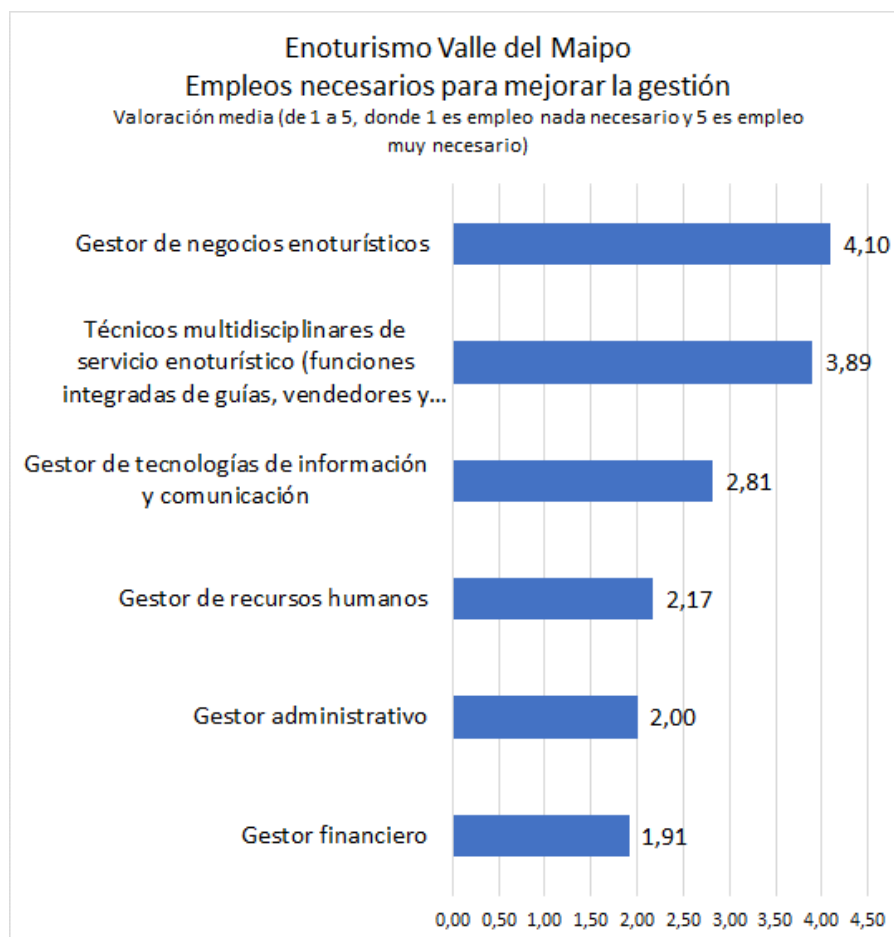
Así, se observa que el perfil demandado requiere capacidades para el Community Management, con la finalidad de analizar clientes, perfiles y tendencias a nivel global.

El gestor de negocios debe ser una persona residente en el entorno local, y debe ser capaz de aportar contenidos, redes, y servicios para el desarrollo de la línea de negocio enoturística. Se percibe que este perfil de gestor tiene el potencial clave para la unificación e integración del negocio.

Por el contrario, tal y como se observa en el siguiente gráfico 18, se tienden a considerar menos necesarios empleos como gestores administrativos y gestores financieros, ya que se prevé que estas funciones seguirán siendo realizadas en el futuro por el personal de las matrices bodegueras.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 18: empleos necesarios para mejorar la gestión empresarial del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

5.1.3/ INNOVACIÓN

En materia de innovación, se observa una tendencia a considerar necesaria la mejora en innovación en producto. Esta consideración es coherente con la tendencia mostrada anteriormente de necesidad de mejorar los conceptos de negocio enoturísticos.

También se tiende a considerar relevante la innovación en comercialización e internacionalización, esencialmente debido a la percepción como muy necesario en este campo de cara al futuro del negocio la introducción de la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICs y la gestión de las Redes Sociales para conectar con nuevos clientes potenciales turistas del vino de cualquier parte del mundo.

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesaria la innovación para incorporar más valor y contenidos a los tours, ya que se tiende a percibir que estos tienen en la actualidad un importante margen de mejora.

Se percibe entre los entrevistados que todavía está pendiente entre las viñas la introducción del concepto de innovación aplicado al turismo del vino. Se percibe una necesidad de las viñas, esencialmente de las medianas y pequeñas, de abrirse a impulsar líneas de actividad potencialmente rentables basadas en nuevos modelos de negocio del turismo complementarios a la producción de vino.

Se percibe la necesidad de mejorar la capacidad de escuchar a un cliente turista, saber lo que desea, sus gustos y tendencias de comportamiento de gasto, y sobre la base de esta información trabajar en la innovación para introducir mejoras en los productos y servicios enoturísticos que se le ofrecerán en el futuro.

En la actualidad, la innovación la diseña y la realiza la viña, y por lo tanto, se observa que tiende a presentar falencias en materia de adecuación de las innovaciones planteadas para el mercado del turismo. Se observa la necesidad de incorporar conocimiento y experiencia no solamente sobre producción vinícola y vinos, sino también sobre servicios turísticos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

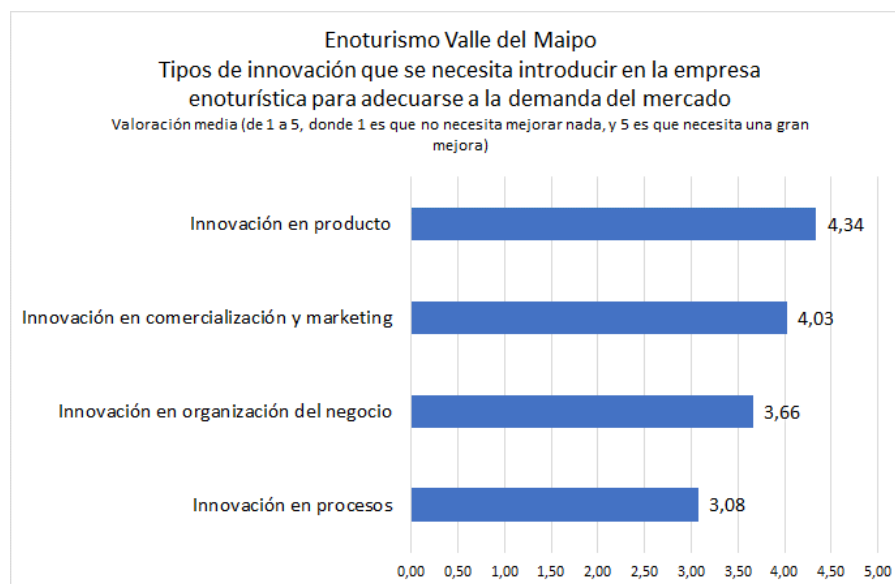
Se percibe que las más activas en materia de innovación para el turismo del vino son las viñas grandes. Algunas de las innovaciones en producto que se tienden a considerar por parte de estas viñas están relacionadas con las nuevas tecnologías.

Se percibe que los visitantes turistas demandan ver audio-vídeos y presentaciones de realidad virtual. Se busca ofrecer innovación en la experiencia. Para ello, se observa la tendencia a trabajar en introducir innovaciones en la estructura de organización para gestionar el negocio enoturístico con profesionalidad, y en gestión y marketing para conectar mejor con los segmentos de turistas potenciales adecuados.

El objetivo final percibido es introducir la innovación en servicios.

Por el contrario, tal y como se observa en el siguiente gráfico 19, se plantea la tendencia a considerar menos necesaria la mejora en innovación en procesos.

Gráfico 19: tipos de innovación necesarios para el enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En materia de necesidades de empleo para la innovación, tal y como se observa en el siguiente gráfico 20, existe la tendencia a demandar guías turísticos.

Los entrevistados presentan una tendencia a considerar como importante la necesidad de ***“Gerentes de experiencias, o asesores de experiencias”***.

Es un perfil que resulta de la incorporación de un mix de competencias al capital humano, que les permiten no solamente prestar un servicio a los turistas del vino de manera mecánica y sistematizada, sino que son capaces de trabajar con la creatividad para desarrollar y prestar nuevos conceptos innovadores de productos y servicios enoturísticos.

En este sentido, se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesaria, más que nuevos empleos específicos, la mejora de competencias en los guías turísticos y los gestores de negocios enoturísticos.

Estos gestores para la innovación han de desarrollar un perfil creativo. Se percibe que han de ser personas que relaten bien la historia del vino, de una forma *“lúdica, sabrosa, no aburrida”*¹¹. Han de ser capaces de generar nuevas rutas de visita para los turistas. Ha de ser personal con capacidad para transmitir un conocimiento en profundidad del proceso de producción del vino.

Se percibe la necesidad de personas con capacidades técnicas en el ámbito tecnológico, como gestores de marketing digital y técnicos que sean capaces de realizar programaciones multimedia para hacer animaciones con softwares especiales.

También se percibe la necesidad de contar con técnicos de marketing, decoradores de interiores y diseñadores de ambientes en salas y diseñadores gráficos. Se percibe que algunas viñas grandes tienen ya contratadas en plantilla para la línea de negocio enoturístico a diseñadores de arte y creativos.

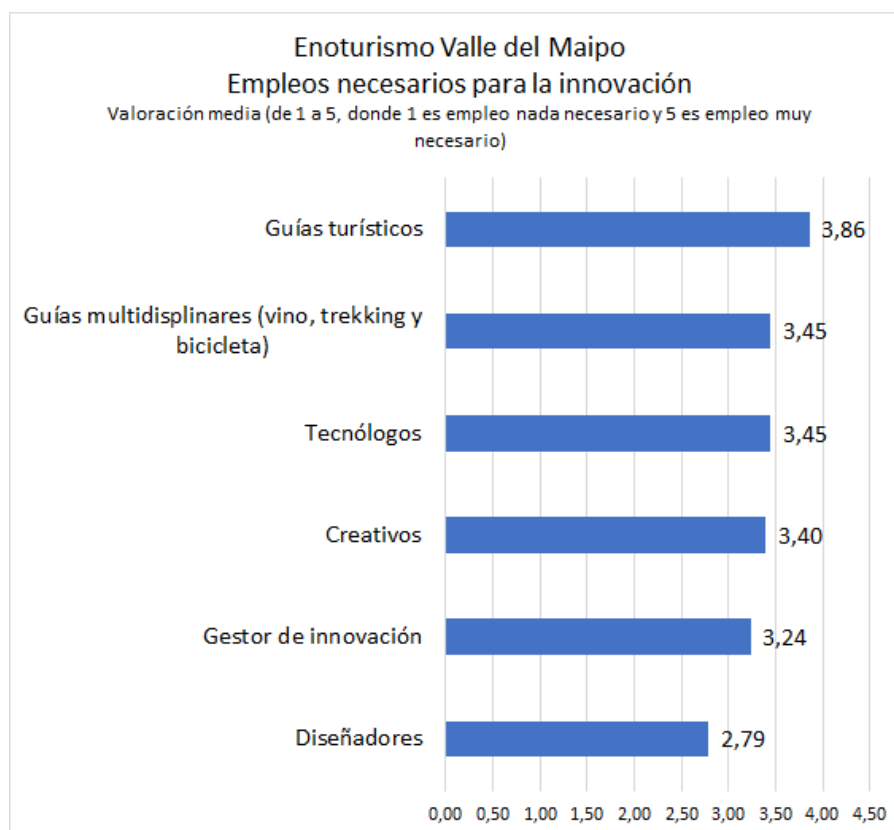
¹¹ Entrecorridas y en cursiva se presentan frases literales expresadas por los entrevistados

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se percibe entre las viñas, esencialmente las grandes, la orientación a demandar Licenciados en Turismo.

Se requiere para ello profesionales versátiles que conozcan y entiendan los procesos de la creatividad y del diseño, que relaten bien la historia, y que puedan prestar diversos tipos de servicios.

Gráfico 20: empleos necesarios para la innovación del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

5.1.4/ COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

En materia de comercialización e internacionalización, tal y como se observa en el siguiente gráfico 21, existe una tendencia a considerar necesaria la mejora en la interacción con los clientes en las redes sociales y en conocer los canales para llegar a los mercados extranjeros. Para ello las TICs se consideran claves.

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesario desarrollar capacidades para responder a la pregunta ¿cómo llegar a los turistas?

Así, se percibe la necesidad de mejorar e innovar no solamente en el producto y servicio enoturístico, en crear un producto de valor para el turista, sino también en identificar los canales para conocer e identificar a los diversos segmentos de clientes potenciales, y contactar con ellos para cerrar reservas y contratar viajes.

Por ello, se tiende a percibir como un factor clave de cara al futuro la necesidad de capital humano capaz de desarrollar las redes sociales. En este sentido, se percibe la necesidad de mejorar en la gestión de las redes sociales y en el marketing.

También se percibe una tendencia a empezar a abrirse a las evaluaciones de los clientes que han visitado los viñedos del valle. La apertura a la evaluación de la experiencia de los visitantes es clave en el negocio turístico en la actualidad. Se percibe que las viñas tienden a no tener implementadas herramientas de evaluación de las experiencias de sus visitantes debido al desconocimiento de cómo realizar una gestión adecuada de la información y de las relaciones con los clientes y los visitantes potenciales.

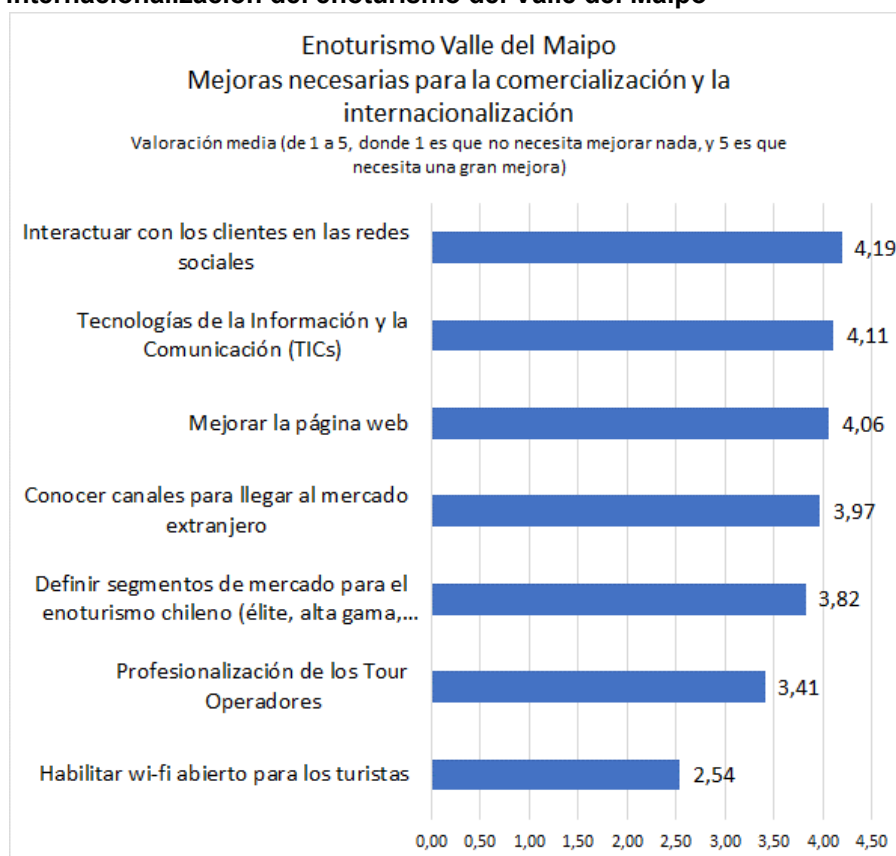
Interactuar con los clientes a través de internet y las redes sociales se tiende a considerar como un factor crucial hoy en día, tanto por parte de las grandes viñas como por las medianas y pequeñas que realizan actividad de turismo del vino.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

También se percibe la necesidad de mejorar la difusión de la marca del valle, ya que se confunde el Cajón del Maipo con el Valle del Maipo y eso no beneficia a los hoteles del entorno; también mejorar la señalética. En este sentido, se percibe que en el Valle del Maipo es donde está la tradición, el vino más antiguo de Chile, pero de cara al desarrollo de una oferta variada de turismo del vino a nivel internacional, en la actualidad no se perciben las diferencias entre unas viñas y otras.

Por el contrario, tal y como también se observa en el siguiente gráfico 21, se plantea la tendencia a considerar menos necesaria la mejora en la profesionalización de los “tour operadores”, ya que el enoturismo muestra un interés preferencial relativo por avanzar en las muchas mejoras necesarias para conseguir una conexión directa con los turistas potenciales usando las tecnologías.

Gráfico 21: mejoras necesarias para la comercialización y la internacionalización del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En materia de necesidades de empleo, se observa una tendencia de importancia media a demandar técnicos de redes sociales (3,94 puntos sobre 5 puntos posibles) y técnicos de marketing con idiomas (3,84 puntos sobre 5 puntos posibles).

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesario el desarrollo de equipos de trabajo integrados con los recursos disponibles en la matriz bodeguera para el desarrollo de actividades de comercialización e internacionalización de los productos enoturísticos. Así, se tiende a observar que, dentro de la gama de oferta de viñas, existe un perfil de viñas familiares, de mediano y pequeño tamaño, que no disponen de las capacidades de contratar especialistas en comercialización e internacionalización.

Para estas viñas la gestión de la estrategia comercial tiende a resultar compleja. Por ello, la formación o preparación de sus equipos se tiende a considerar más integral, desarrollando protocolos de trabajo y conexión entre áreas y departamentos de la viña y de la línea de negocio enoturística, para que se apoyen y colaboren.

En este contexto, se tiende a considerar la pertinencia de trabajar con los equipos y los profesionales comerciales y de marketing que en la actualidad forman parte de las plantillas de las viñas, que son expertos en venta de vino, pero no tanto en el mercado turístico. Se tiende a percibir como necesario, en este sentido, potenciar las capacidades de estos departamentos comerciales de las viñas para el negocio turístico relacionado con el vino.

Adicionalmente, se tiende a demandar, esencialmente por parte de las grandes viñas, profesionales especializados en turismo con capacidades de hacerse cargo de las relaciones con los “tour-operadores”.

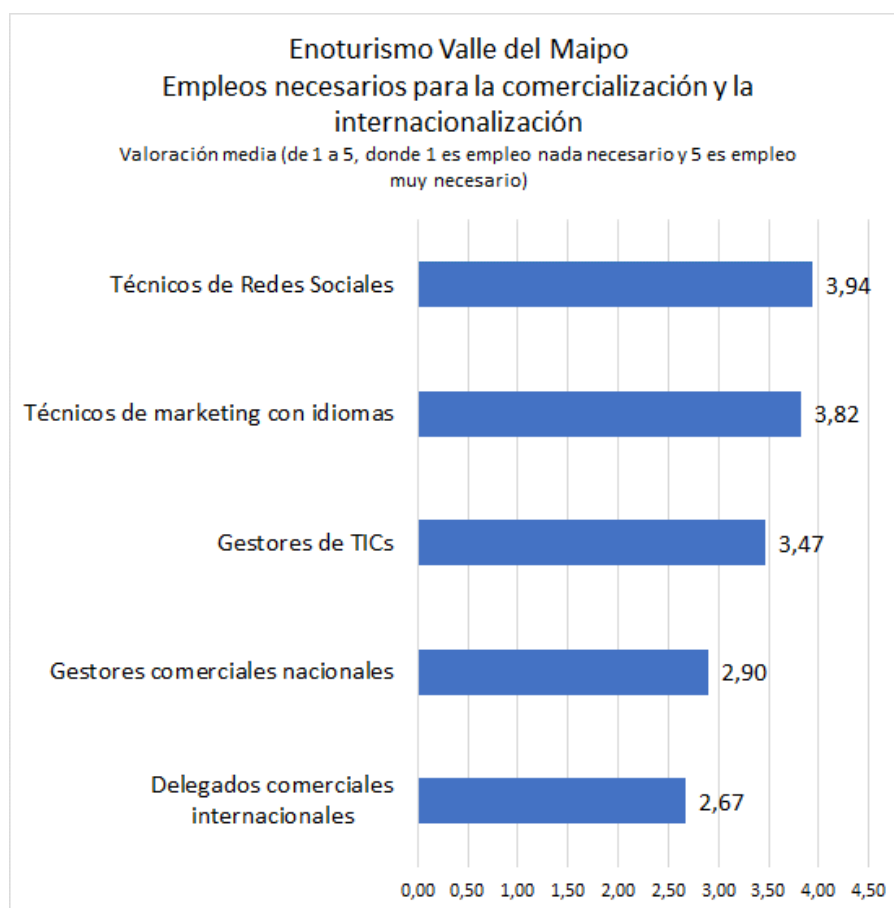
Es un perfil de “Técnico en gestión turística”, con habilidades tecnológicas para conectar con los mercados de turistas utilizando herramientas de internet para la creación y difusión de imágenes, el desarrollo de actividades en Instagram y gestión de otros programas de redes sociales, realización de vídeos creativos y de iniciativas de marketing digital, y manejo de drones y cámaras, entre otros.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

También se tiende a demandar “Técnicos relacionadores públicos”, concededores del área hotelera y turística e interesados por la historia y el patrimonio del Valle del Maipo.

También se tienden a considerar de una necesidad relativa baja, empleos como delegados comerciales específicos para enoturismo, tanto para los mercados nacional como internacional.

Gráfico 22: empleos necesarios para la comercialización y la internacionalización del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

5.1.5/ COOPERACIÓN EN RED

En materia de cooperación, tal y como se observa en el siguiente gráfico 23, existe una tendencia a considerar la mejora en la asociatividad entre las viñas para el impulso de proyectos comunes como de una necesidad relativa media-alta (3,50 puntos sobre 5 puntos posibles).

También es relevante la importancia otorgada a la necesidad de mejorar las rutas del vino (3,16 puntos sobre 5 puntos posibles).

Se percibe por parte de los entrevistados que existen capacidades para la cooperación, pero que la asociatividad está desarticulada. Se observa la tendencia a considerar que se debe conocer la oferta de los socios potenciales entre viñas, aunque existen reticencias debido a la desconfianza de que unos se pueden copiar a otros.

Sin embargo, se observa que esta tendencia hacia el individualismo se encuentra matizada por el interés de las viñas y viñas de hacer más conocido y famoso el vino de Chile y del Valle del Maipo en el mundo.

Para ello, se observa la necesidad de interactuar de manera más efectiva con el territorio, mediante la cooperación con las municipalidades y los agentes de desarrollo local.

En efecto, en materia de cooperación existe una tendencia a percibir por parte de los entrevistados que existe una falencia de comunicación entre las industrias del vino y del turismo. Se tiende a considerar crucial que las culturas de ambas industrias se integren estrechamente para potenciar la experiencia y el despegue del sector enoturístico.

En particular en el caso de las comunas del Valle de Maipo, los agentes se conocen en mayor o menor medida, dependiendo de la ubicación geográfica, el tamaño y de los vínculos que hayan existido por diversos temas en el tiempo. Sin embargo, se tiende a percibir la fuerte competencia que existe entre las viñas lo que dificulta la toma de iniciativas de colaboración para proyectos comunes.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Adicionalmente, se suma el hecho de la percepción del fracaso que han tenido experiencias asociativas previas, lo que arrastra hasta hoy desconfianzas y desmotivación para la cooperación en red, a pesar de que existe la tendencia a reconocer por parte de los entrevistados, de que se debe impulsar un esfuerzo para trabajar mancomunadamente, aunque sin definir ni concretar exactamente en qué ámbitos estratégicos u operativos.

En cualquier caso, la cooperación y la asociatividad se tiende a considerar como un factor clave para desarrollar una mayor diversidad y perfeccionamiento de la actual oferta enoturística disponible, a través de la complementariedad con productos y servicios locales que se vinculen y aporten valor a la experiencia de los visitantes. En este sentido, se tiende a señalar como clave la integración de productos locales con los servicios y actividades que desarrollan los viñedos, ya que en la actualidad se tiende a percibir una falencia de vinculación y presencia de estos en las tiendas de las viñas de la zona.

A nivel de asociaciones presentes en el Valle del Maipo, no se percibe mayor relación entre ellas. Se tiende a considerar que son las municipalidades las que han de generar espacios para ello, pero se trata de esfuerzos aislados y no sistemáticos, o que se percibe que no obtienen resultados adecuados sostenidos en el tiempo.

Por su parte, se tiende a considerar de gran importancia la iniciativa de las municipalidades para impulsar proyectos de desarrollo local y de promoción del Valle del Maipo y de su oferta turística relacionada con el vino hacia el exterior, tanto a nivel nacional como internacional. Se tiende a demandar a las municipalidades una estrategia que unifique la imagen de Valle, potencie o genere alianzas y cooperatividad con y entre las viñas, y mayores relaciones públicas entre otras competencias en materia de desarrollo local y del sector enoturístico.

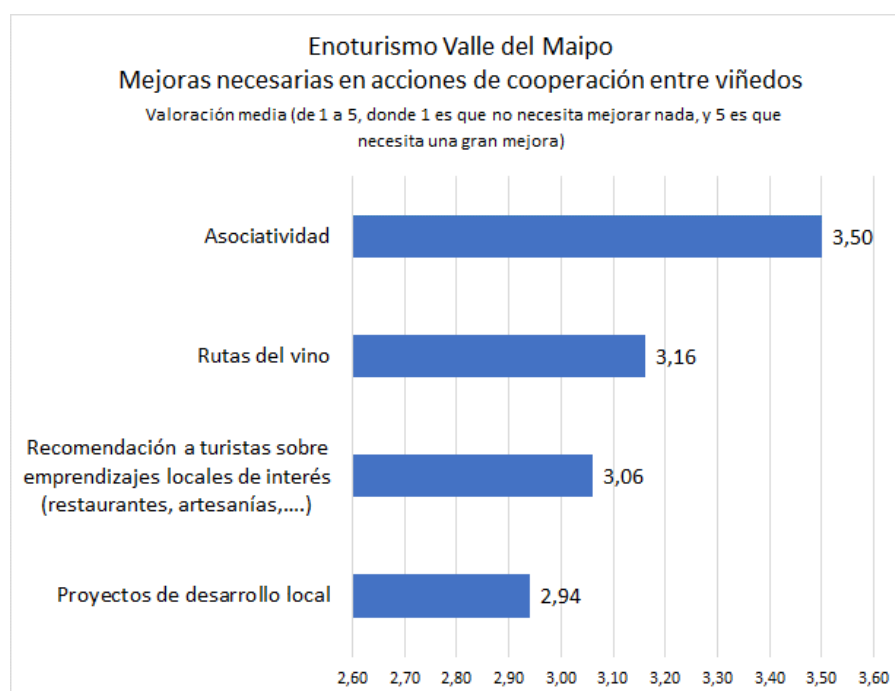
Por su parte, los municipios, tienden a manifestar que existe un trabajo colaborativo con las viñas, de carácter más bien local, no existiendo una estrategia de valle que articule un trabajo en red orientado a fortalecer el desarrollo de las experiencias asociadas al enoturismo en el Valle del Maipo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se tiende a considerar por los entrevistados que existen las capacidades necesarias para apoyar procesos de mayor cooperación y trabajo en red. Así, se tiende a destacar por parte de los entrevistados el potencial articulador que tienen las municipalidades, sobre todo para conectar a las viñas con los *emprendimientos y productores locales*, a quienes conocen muy bien, apoyándolos a través de proyectos en colaboración dirigidos a nivelar y perfeccionar aquellos aspectos que faciliten el trabajo colaborativo y la calidad de todos los productos y servicios de la zona.

En este sentido, se tiende a observar como una fortaleza del entorno local la existencia de programas de apoyo a emprendimientos impulsados por Adultos Mayores del entorno local.

Gráfico 23: mejoras necesarias en acciones de cooperación para el enoturismo entre viñedos del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, tal y como se observa en el siguiente gráfico 24, el tipo de mejoras en cooperación que los entrevistados tienden a considerar claves son las de definir estrategias a las que apuntar en la cooperación entre viñas y la de elaborar rutas compartidas entre ellas.

Se manifiesta una tendencia a considerar importante la interacción con las municipalidades para impulsar proyectos de desarrollo local en el ámbito del enoturismo y la consecución de acuerdos operativos concretos para crear y constituir una Asociación de viñas con forma jurídica independiente que se dedique a diseñar y poner en marcha proyectos estratégicos de interés común.

Se percibe en este sentido por parte de los entrevistados una importante diferencia entre los grandes viñedos que tienen ya establecidas sus estrategias de enoturismo y reciben un gran número de visitantes al año, y las pequeñas viñas que están realizando actividades de turismo del vino como una forma de entrar en contacto directo con los consumidores de vino de sus marcas para incrementar sus ventas y desarrollar sus mercados.

Esta diferencia supone una barrera, a priori, para conseguir avanzar en el diseño de una estrategia común que integre los intereses de todos los perfiles de viñas que operan en el ámbito del turismo.

Los intereses son muy diferentes entre los diversos perfiles de viñas. Todas quieren incrementar sus ventas y posicionar mejor sus marcas en los mercados. Sin embargo, los viñedos grandes no necesitan la cooperación para impulsar estos objetivos, mientras que las pequeñas lo tienen más complicado para conseguirlo exclusivamente con sus recursos propios.

Este último aspecto es también percibido a nivel local, tanto por las asociaciones de la zona, como por parte de los encargados de turismo municipal, quienes ven que pueden jugar un rol muy importante de apoyo a estas empresas.

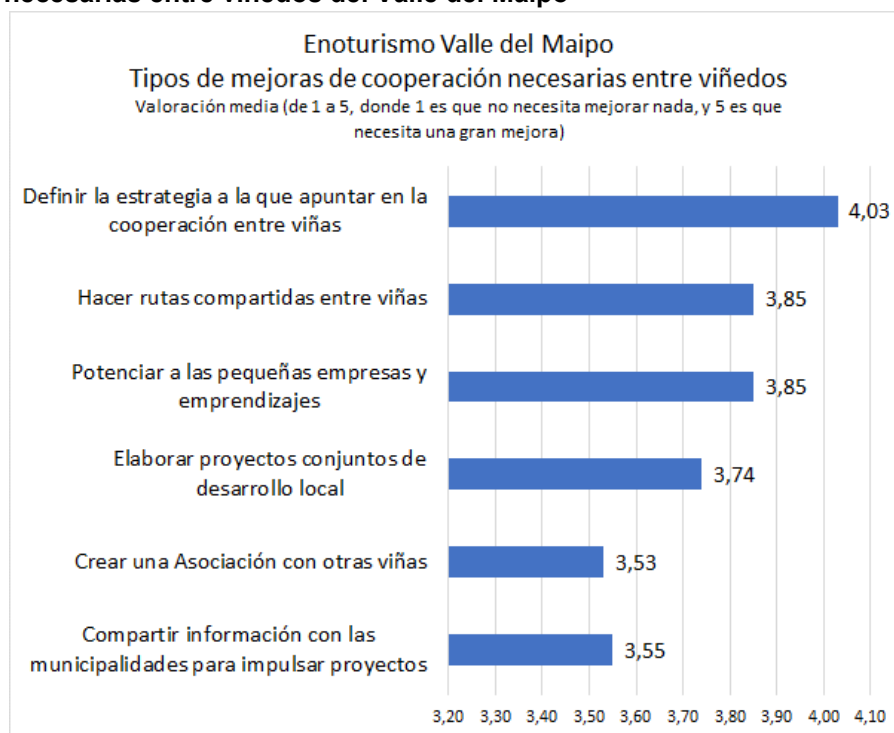
Según lo observado, todos los viñedos tienen el interés de mejorar el posicionamiento de los vinos chilenos en el mercado internacional. Desarrollar la marca vinos de Chile.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Por ello, se observa una tendencia a que este puede ser uno de los puntos de interés común que pueden servir de base para el establecimiento de estrategias de cooperación y asociatividad en el ámbito del enoturismo.

Existen agentes como Vinos de Chile que trabajan en esta dirección y que pueden ser de importancia clave para el desarrollo de nuevas estrategias para el enoturismo en cooperación con las viñas.

Gráfico 24: tipos de mejoras de cooperación para el enoturismo necesarias entre viñedos del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

En materia de necesidades de empleo, tal y como se observa en el siguiente gráfico 25, existe la tendencia a no conocer cuáles son los empleos que pueden contribuir al desarrollo de actividades de cooperación.

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesario el trabajo de los “Agentes de desarrollo local”, que pueden ser incluso técnicos de la misma viña, pero que habitualmente son personas contratadas por las municipalidades.

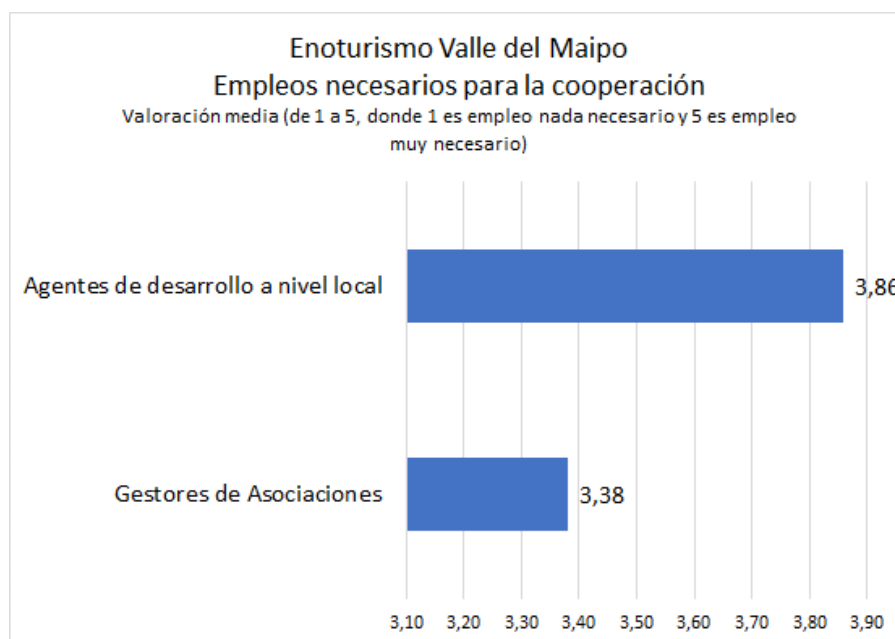
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

El principal objetivo que se tiende a esperar de estos agentes de desarrollo local es el de articular la asociación entre viñas y que sea capaz de avanzar en aspectos de colaboración y trabajo en red.

Se tiende a considerar que estos técnicos son muy necesarios, ya que pueden aportar mucho al desarrollo local del valle desde el conocimiento del territorio.

Sus perfiles son técnicos con capacidad de diseñar proyectos de desarrollo, con conocimientos sobre desarrollo territorial y programas de desarrollo competitivo de sectores empresariales estratégicos, y con capacidades de convocar a agentes y empresas del entorno. También de demanda que tengan habilidades para el desarrollo de trabajo en red.

Gráfico 25: empleos necesarios para la cooperación en el enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

5.2/ LA CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO

“La cadena de valor del Enoturismo en Chile comprende a todos aquellos actores que interactúan para prestar al turista un servicio integral, en el cual el descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y el territorio, es el tema principal. Es una estructura especial, ya que intervienen dos industrias que tradicionalmente no tenían ningún vínculo, pero que son de gran relevancia para el territorio en el cual se desarrollan: el turismo y la vitivinicultura”¹².

En la actualidad, la cadena de valor del enoturismo en el Valle del Maipo está integrada por empresas y agentes centrados estratégicamente en la prestación de servicios directos a los visitantes. El Valle del Maipo cuenta con una oferta enoturística importante¹³, aunque disgregada y poco coordinada. En él están ubicadas viñas muy grandes como Viña Concha y Toro, Viña Undurraga y Viña Santa Rita, que por sí solas concentran el 50% del total de visitas enoturísticas que se realizan en el país.

El desarrollo enoturístico en el valle responde a un modelo de desarrollo privado de tipo enclave, en el que reciben una gran cantidad de visitantes las viñas grandes. Las viñas pequeñas desarrollan un perfil de actividad bajo todavía, y no existe asociatividad entre viñas dirigida a promover en común el incremento de visitantes y el desarrollo competitivo del sector.

El trabajo de la oferta complementaria, como tour operadores, empresas de servicios de entretenimiento, deporte y salud, servicios de alojamiento y gastronomía se desarrolla todavía en pequeña escala. La actividad de la cadena de valor en el Valle del Maipo se centra hasta el momento en la prestación de servicios básicos directos, como tours, wine bars y tiendas. Está integrada por los siguientes eslabones:

¹² Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central”. Hoja de Ruta 2017

¹³ Diagnóstico de la cadena de valor del enoturismo en Chile. Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central”

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CADENA DE VALOR DEL ENOTURISMO EN CHILE		
ESLABONES	DESCRIPCIÓN	AGENTES CLAVE
Núcleo de actividad del enoturismo	La vitivinicultura y la cultura del vino se constituyen en el núcleo de actividad del enoturismo.	Los agentes indispensables son los viñedos y las viñas , que ofrecen el descubrimiento de sus procesos de cultivo de la vid y de producción del vino. También son agentes clave las asociaciones gremiales que gestionan rutas del vino y otras empresas de servicios turísticos como restaurantes y hoteles.
Recursos turísticos	Los bienes y servicios generados por la actividad humana (Organización Mundial del Turismo OMT).	Agentes clave son las instituciones competentes en la gestión y valorización de la arquitectura, el patrimonio, el folklor local y el paisaje.
Oferta Complementaria	Servicios integrales para facilitar la experiencia del turista en el destino.	Agentes clave son los alojamientos , el transporte turístico , y las empresas de servicios de ocio, entretenimiento y actividades deportivas.
Demanda intermediaria	Intermediarios que ofrecen y venden los paquetes turísticos a los viajeros.	Agentes clave son las agencias de viaje , tour operadores , e intermediarios "on-line" .
Infraestructura	Construcciones de comunicación y urbanización que facilitan el desarrollo de la actividad turística.	Agentes clave son instituciones de ámbito nacional, regional y local.
Organismos de Apoyo	Legislación de apoyo	Agentes clave son organismos públicos y privados de regulación y promulgación legislativa.
Agentes Generadores de conocimiento	Oferta de conocimiento y educación para el capital humano	Agentes clave son entidades de formación, capacitación, educación e investigación .

Fuente: elaboración de Infyde con datos de la hoja de ruta del Programa Estratégico Meso regional de Enoturismo Sustentable

El trabajo de campo realizado para la elaboración de estos Mapas de Ocupaciones, Competencias y Capacidades del enoturismo del Valle del Maipo, se ha centrado en recopilar información de los agentes de la cadena de valor identificados en la tabla anterior. Sobre esta base, y *a la vista de las tendencias observadas a lo largo de este diagnóstico, se observa que la cadena de valor del enoturismo chileno afronta el reto de evolucionar.*

A continuación, se presenta una *visión de esta cadena de valor que*, como consecuencia de las tendencias observadas en el procesamiento y análisis de la información recopilada durante las entrevistas de este estudio, *el sector ha de desarrollar para impulsar su especialización inteligente en el entorno global.*

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En primer lugar, como se observa en el gráfico siguiente, la evolución ha de centrarse en desarrollar capacidades de las instituciones y los agentes intermedios para generar y difundir conocimiento e infraestructuras habilitantes para el **desarrollo estratégico territorial en favor del enoturismo**.

En materia de desarrollo estratégico territorial para impulsar el enoturismo, resulta esencial también capacitar a un capital humano calificado para transmitir de manera pedagógica la cultura y la historia del vino, incluyendo el colectivo de los Adultos Mayores.

También se requiere capital humano capaz de realizar análisis de tendencias sociológicas del turismo a nivel internacional y de diseñar y desarrollar estrategias de marketing territorial.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo



Fuente: Elaborado por INFYDE

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En segundo lugar, la especialización inteligente de la cadena de valor del enoturismo afronta el reto de fortalecer el **proceso de contratación del viaje enoturístico**. Esta fase del proceso de negocio es clave.

En ella se diseñan e implementan las estrategias de introducción de la oferta enoturística en los canales comerciales adecuados para llegar a los segmentos de visitantes objetivo, y se concretan las ventas.

Resulta esencial capacitar a un capital humano experto en gestión de aplicaciones de redes sociales, en el desarrollo de nuevos productos para los cambiantes segmentos de clientes nacionales e internacionales, y en el seguimiento y fidelización de los clientes una vez que estos han finalizado su experiencia de turismo del vino en Chile.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) son esenciales en este proceso.

Facilitan tres tareas de gran importancia para el desarrollo del negocio, como son la gestión proactiva del acceso a los segmentos de visitantes potenciales, la concreción de la reserva y el cobro de la venta en el momento justo en el que el turista toma la decisión de viajar al destino enoturismo de Chile, y la recopilación de información de primera mano sobre la valoración de la calidad percibida por los turistas de los servicios enoturísticos recibidos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

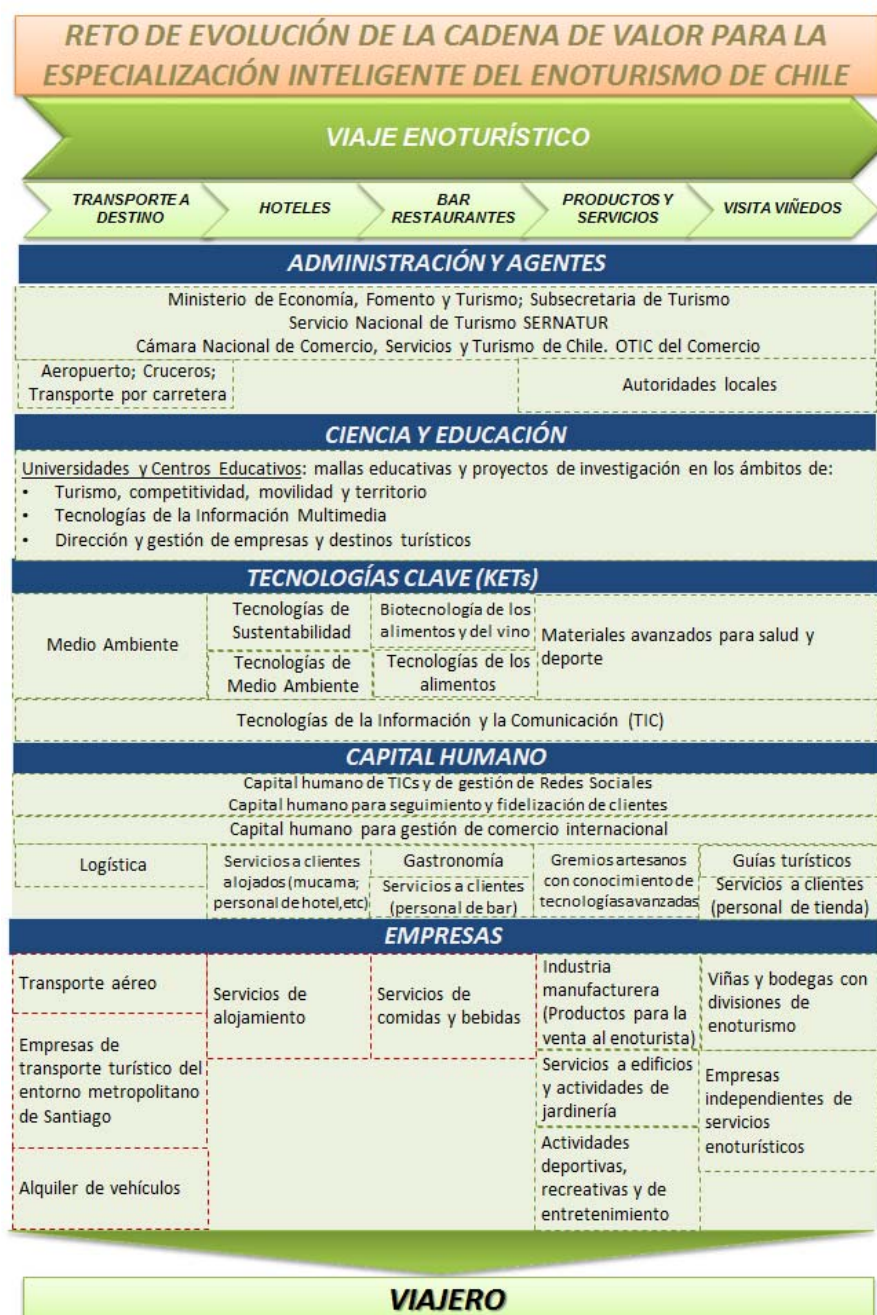
RETO DE EVOLUCIÓN DE LA CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO DE CHILE



Fuente: Elaborado por INFYDE

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

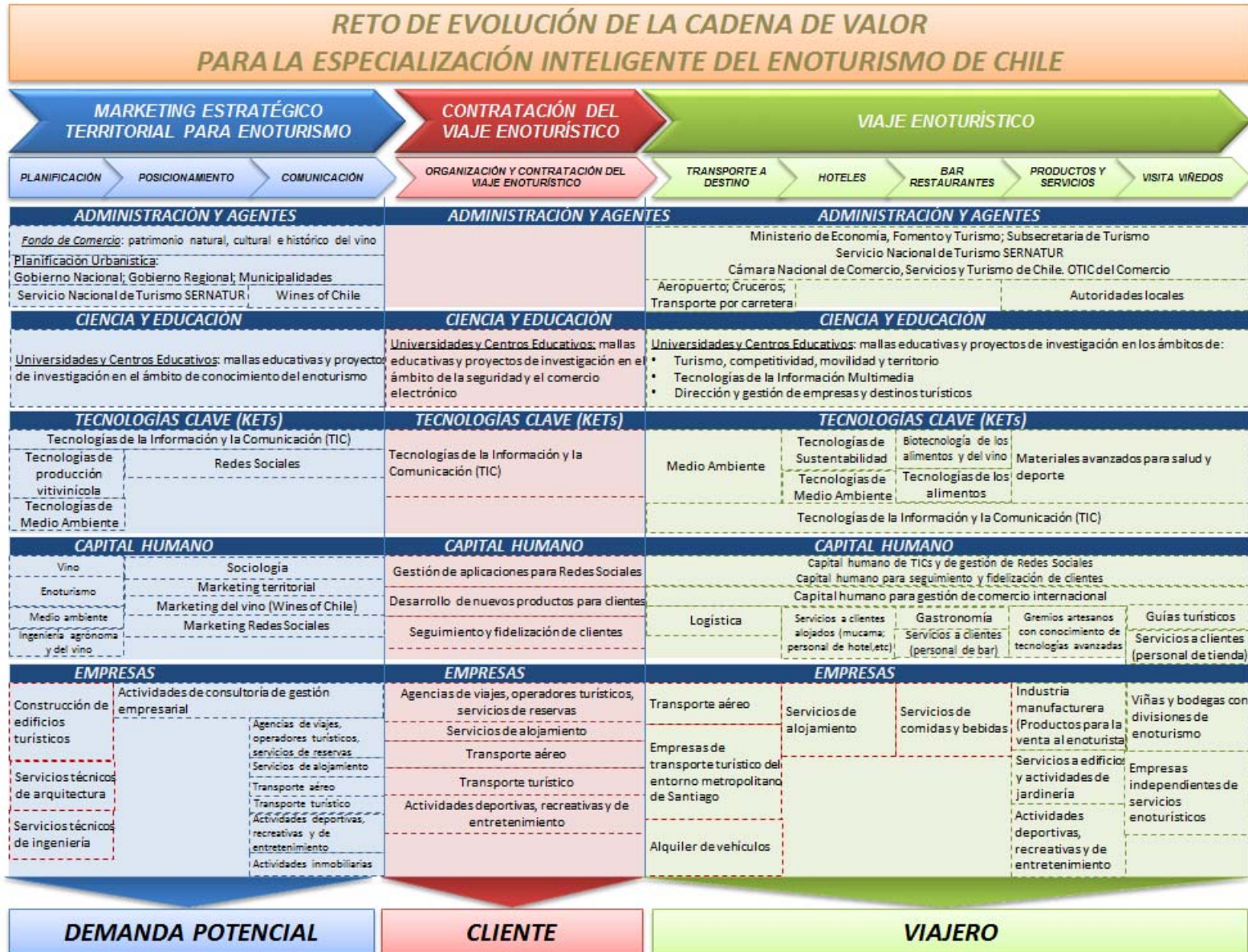
En tercer lugar, la cadena de valor afronta el reto de **mejorar la experiencia durante el viaje enoturístico**. Para ello, necesita un capital humano capaz de innovar en nuevos productos enoturísticos, mejorar la calidad de los existentes en la actualidad, y realizar una gestión profesionalizada de unos negocios enoturísticos crecientemente competitivos.



Fuente: Elaborado por INFYDE

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

La cadena de valor completa queda representada de la siguiente forma:



Fuente: elaboración de Infyde

5.3/ OCUPACIONES PRIORITARIAS PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO

Atendiendo a los resultados del análisis de la información recopilada, procesada y analizada de las entrevistas realizadas, se observa una **tendencia a considerar prioritarias** para la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo **las siguientes ocupaciones** profesionales.

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE OCUPACIONES CONSIDERADAS PRIORITARIAS
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍAS TURÍSTICOS
	SUMELIERS
GESTIÓN DEL NEGOCIO	GESTORES DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS
	TÉCNICOS MULTIDISCIPLINARES DE SERVICIO ENOTURÍSTICO (GUÍAS, VENDEDORES, CAJEROS, CONDUCTORES, ...)
INNOVACIÓN	GUÍAS MULTIDISCIPLINARES (VINO, TREKKING, BICICLETA, ENTRETENIMIENTO,.).
	GESTORES DE EXPERIENCIAS
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	TÉCNICOS DE REDES SOCIALES
	TÉCNICOS DE MARKETING CON IDIOMAS
COOPERACIÓN EN RED	AGENTES DE DESARROLLO LOCAL

Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

6/ MAPA COMPETENCIAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

El objetivo de este *Mapa Competencial* consiste en identificar el perfil laboral que se requiere para cada profesión demandada por el enoturismo. Es decir, para cada una de las ocupaciones determinadas se ha tratado de identificar habilidades técnicas y blandas necesarias, como conocimientos requeridos, valores, habilidades, aptitudes y actitudes.

El Mapa Competencial es el conjunto de perfiles laborales que se requieren para cada una de las ocupaciones identificadas en el Mapa Ocupacional, desde el punto de vista de la mejora competitiva y el desarrollo del sector enoturismo. Es decir, para cada una de las ocupaciones determinadas, el Mapa Competencial identifica las competencias que las empresas y agentes de la cadena de valor del enoturismo tienden a demandar para su desarrollo competitivo en los próximos años en el mercado nacional e internacional.

6.1/ DEMANDA DE COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO

Durante el trabajo de campo se ha recopilado información cuantitativa y cualitativa sobre las tendencias en estas necesidades de *competencias del capital humano* para el desarrollo competitivo del enoturismo del Valle del Maipo.

Para este Mapa de Competencias también se ha trabajado en recopilar información sobre las necesidades de competencias del capital humano en aquellas áreas de los negocios enoturísticos, vinculadas con la calidad, gestión, innovación, internacionalización y cooperación.

6.1.1/ CALIDAD DEL PRODUCTO

En materia de competencias del capital humano necesarias para mejorar la calidad de productos y servicios enoturísticos, tal y como se observa en el siguiente gráfico 26, existe la tendencia a considerar clave las habilidades interpersonales de atención al cliente y competencias para ofrecer un alto nivel de servicios a los turistas del vino, junto con el conocimiento de inglés.

También destaca una fuerte tendencia a valorar de gran importancia competencias como la empatía, la enología y el idioma portugués. Todas las competencias anteriores superan la valoración media de 4 puntos sobre 5 por parte de los entrevistados.

En efecto, se percibe la necesidad de Guías profesionales con diversas competencias como historia, gastronomía y cultura del vino, entre otras. La calidad en el servicio se percibe como vital.

Para la mejora de la calidad de sus servicios, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias como el aprendizaje a maridar, es decir, conocer como los alimentos combinan mejor con distintas cepas, y un mayor conocimiento en profundidad de la cultura del vino y de sus características en diversas partes del mundo.

Conocer protocolos de manejo del vino. Saber aplicar un ritual en el servicio del vino (control temperatura, como se decanta, maridaje). Los guías deben generar una experiencia, conocer elementos básicos de una cata.

También destaca la demanda de desarrollar competencias orientadas al servicio al turista. Se requieren competencias para dar un mejor servicio, brindar una mejor experiencia, enfocarse en la comunicación con los clientes y hacia los clientes, y atraer a más empresas clientes potenciales y visitantes.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se tiende a considerar por parte de los entrevistados que las viñas deben mejorar la calidad de su orientación experiencial, mostrar la pasión. Se demandan competencias como saludos al turista, capacidad de amoldarse a lo que el turista quiere, idiomas, actitud, proactividad, empatía, presentación personal, energía positiva, facilidad de expresión, capacidad de escuchar al turista.

Se piden competencias de servicio apadrinadas por Escuelas Internacionales de prestigio. Competencias en protocolos de atención internacional.

En este sentido se tiende a demandar guías y sumilleres con conocimiento de idiomas, esencialmente inglés y portugués. Se demandan técnicos que no sean traductores, sino intérpretes en estos idiomas y con conocimiento del lenguaje del vino y del turismo.

Las competencias de gestión también se tienden a revelar como importantes. Cobran relevancia a la hora de organizar la experiencia, de saber con quién se llevan a cabo las relaciones turísticas en el entorno y a nivel internacional.

Se demandan competencias transversales de administración de empresas, de turismo hotelero, y de conocimiento y experiencia para el desarrollo de productos.

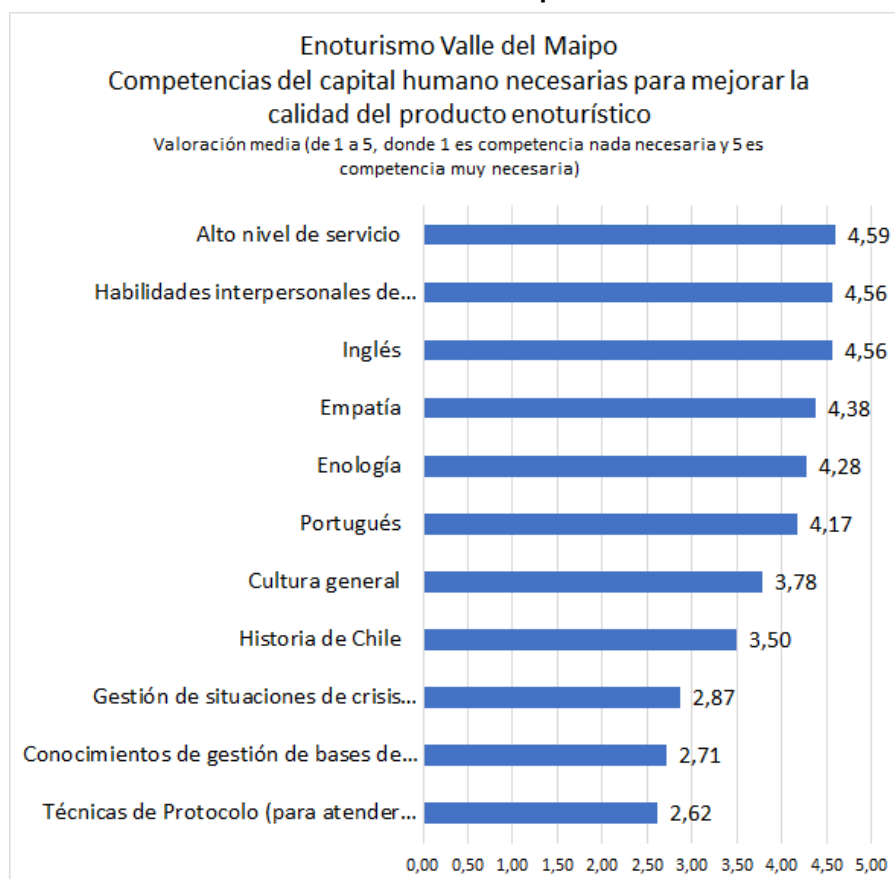
Tal y como también se observa en el siguiente gráfico 26, se plantea la tendencia a considerar menos necesaria la mejora en competencias como técnicas de protocolo para turistas VIP, conocimientos de ofimática y gestión de situaciones de crisis.

Las situaciones de crisis son aquellas que se pueden producir esencialmente en viñedos con alto volumen de visitas diarias, como indisposiciones, quejas o pérdidas, aunque en menor medida en los viñedos pequeños con un menor número de visitantes.

También se observa una tendencia a considerar de una menor importancia relativa competencias como historia de Chile, o cultura general.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 26: competencias del capital humano necesarias para mejorar la calidad del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Por su parte, los procesos de gestión de capital humano que se tienden a considerar necesarios son el de cursos especializados en enoturismo impartidos por centros formativos externos a las empresas.

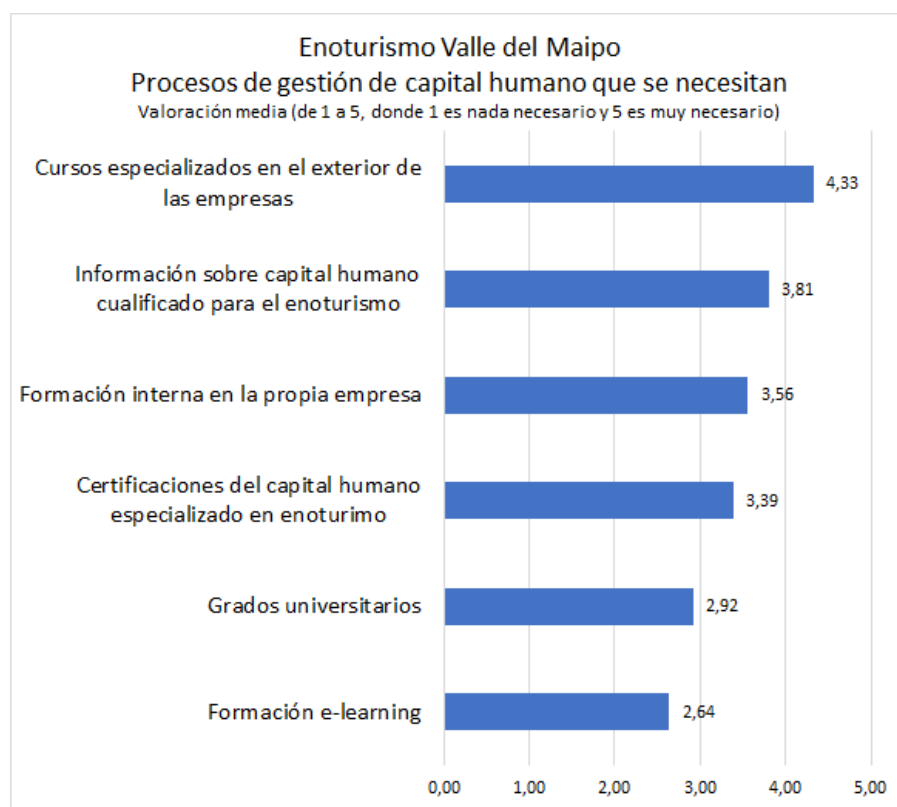
También se observa una importante demanda de información sobre capital humano cualificado para el enoturismo.

Se observa una tendencia de menor intensidad a demandar certificaciones del capital humano específicas para el enoturismo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

También se destaca la menor relevancia que se asigna a los procedimientos de formación mediante metodologías e-learning.

Gráfico 27: procesos de gestión de capital humano necesarios para mejorar la calidad del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

6.1.2/ GESTIÓN DEL NEGOCIO

En materia de gestión de los negocios enoturísticos, tal y como se observa en el siguiente gráfico 28, existe una tendencia a considerar necesaria la mejora en la definición y ejecución de Planes de Gestión específicos de los negocios enoturísticos.

Destacan en este sentido la alta valoración que los entrevistados asignan a las necesidades de mejora de sus planes de negocio, de sus estrategias para orientar los negocios enoturísticos de manera independiente pero coherente con sus casas matrices bodegueras, y los avances necesarios en materia de profesionalización de la gestión.

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesario descubrir por parte de las viñas que el enoturismo es un nuevo negocio.

Que es una línea de negocio que debe tener un Plan de Gestión propio que contribuya a desarrollar un negocio rentable en si mismo, aunque no necesariamente con una forma jurídica independiente de la matriz bodeguera.

Se tiende a percibir la necesidad de una autoevaluación de la línea de negocio enoturística, para desarrollar un enoturismo de manera profesional y pasar de ser “*aprendices*” a tener una oferta competitiva consolidada en diversos mercados internacionales.

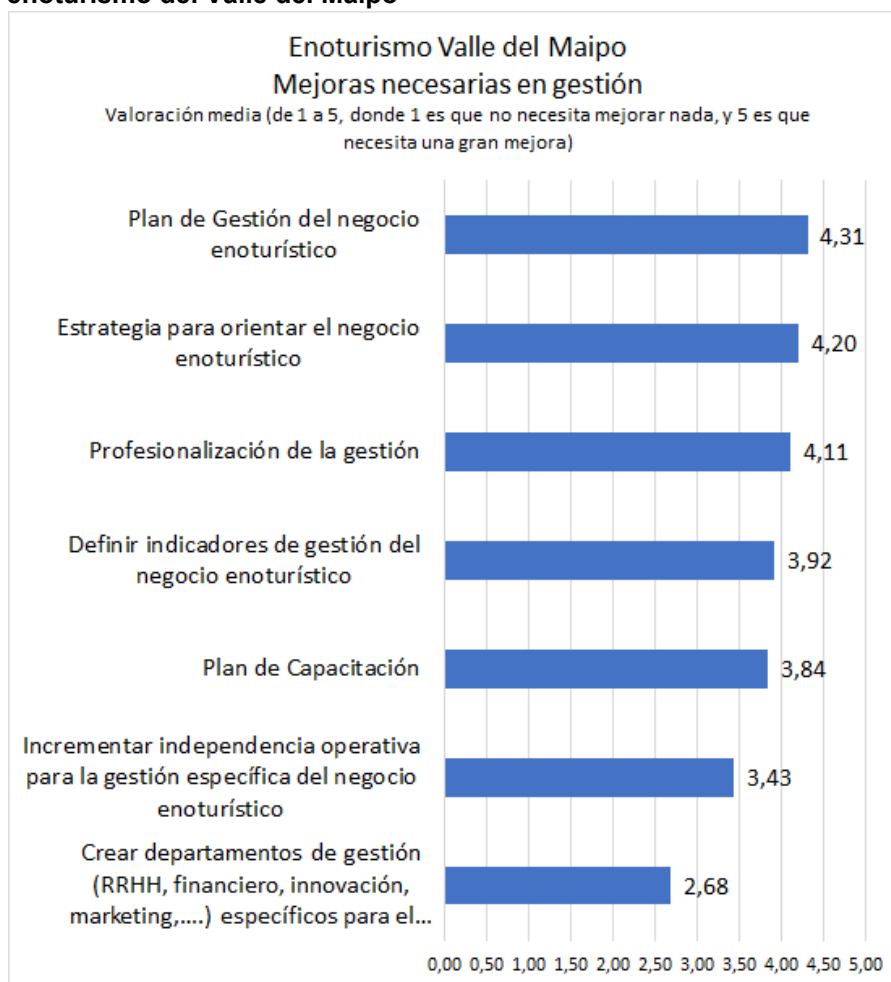
Existen ideas, pero se percibe una falencia de financiamiento para invertir en el desarrollo de la línea de negocio enoturística, esencialmente en las viñas medianas y pequeñas.

Se percibe la necesidad de un trabajo colaborativo entre el área de enoturismo y la matriz bodeguera, en el seno de la misma empresa, para fijar una estrategia para la actividad de turismo del vino y elaborar un Plan de Negocio coherente con dicha estrategia.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En efecto, como también se observa en el gráfico 28, destaca una mayor intensidad en la necesidad de mejorar las estrategias y planes de gestión de las líneas de negocio enoturísticas, que de conseguir su independencia de las matrices bodegueras o crear departamentos específicos para gestionar el enoturismo.

Gráfico 28: mejoras necesarias en gestión de negocios de enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Para avanzar en esta dirección, tal y como se observa en el siguiente gráfico 29, los entrevistados tienden a considerar de una gran importancia para mejorar la gestión de las líneas de actividad enoturística, el desarrollo de competencias del capital humano en ámbitos como conocimiento de gestión de negocios enoturísticos no solo en Chile sino a nivel internacional (en América Latina, Europa, Oceanía y Estados Unidos).

También competencia de liderazgo para impulsar el negocio.

En efecto, para la mejora de la gestión y la organización, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias como conocimiento del producto turístico, de la oferta y demanda que tiene el país, y de herramientas de gestión para planificar un negocio turístico.

Se incluye en este ámbito conocimiento para la gestión de ventas, gestión de abastecimientos y gestión de proveedores, entre otros.

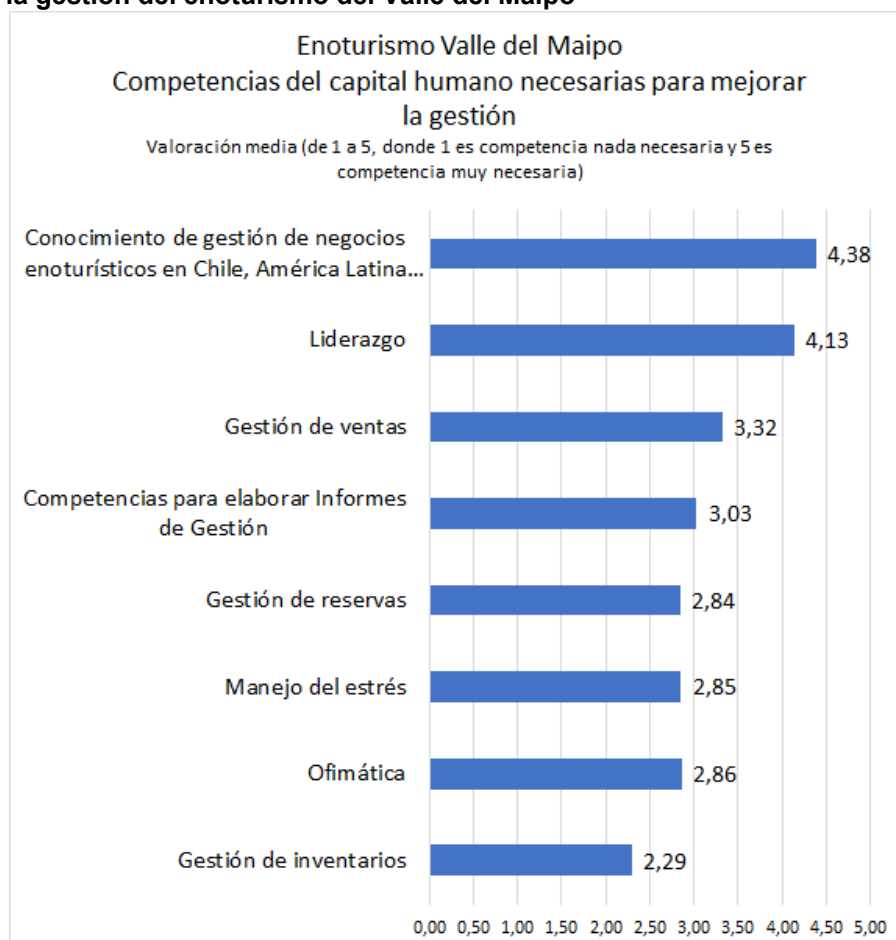
También conocimiento de herramientas de marketing, marketing digital, de servicio y atención al cliente, experiencia en gestión de negocios turísticos, idealmente en el ámbito del vino.

Se requiere proactividad y capacidad de visualización de escenarios posibles y como abordarlos.

También una gran capacidad de articulación de relaciones institucionales público privadas, liderazgo y capacidad de relaciones públicas y de manejo conflictos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 29: competencias del capital humano necesarias para mejorar la gestión del enoturismo del Valle del Maipo

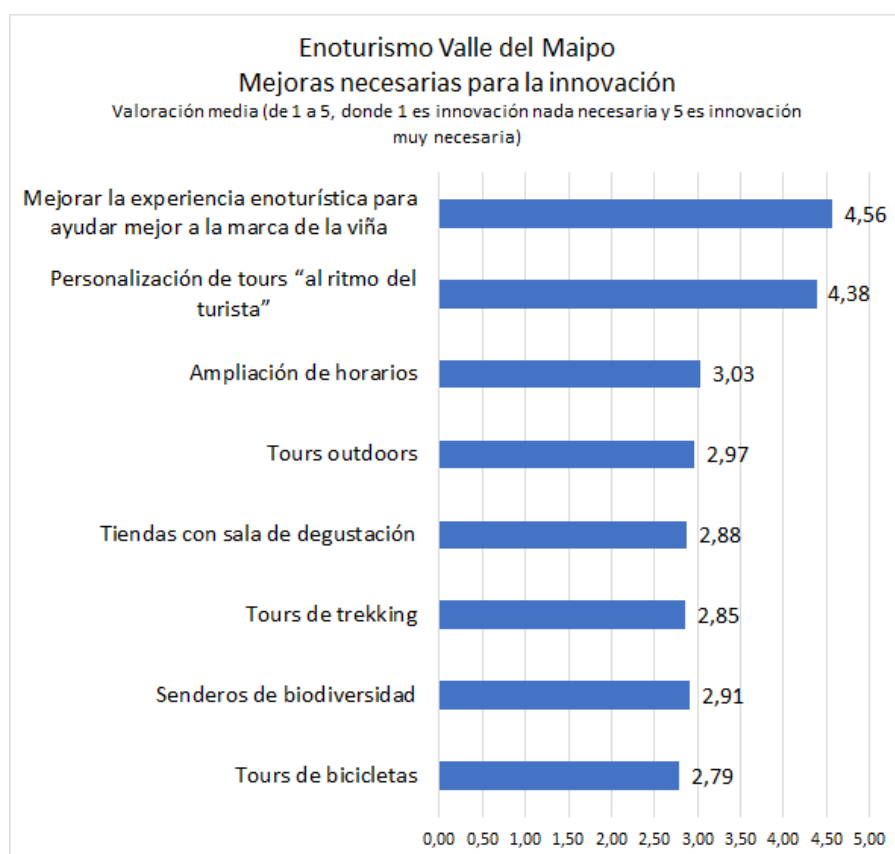


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

6.1.3/ INNOVACIÓN

En materia de innovación, tal y como se observa en el siguiente gráfico 30, se observa una tendencia a considerar necesaria la mejora en la experiencia enoturística para ayudar a la marca de la viña, y personalizar los tours al ritmo del turista.

Gráfico 30: mejoras necesarias para la innovación del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar necesario mejorar el concepto de enoturismo, que las viñas conozcan más en profundidad los factores competitivos del negocio enoturístico.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

El negocio principal de las viñas es la botella de vino, y sin embargo, el enoturismo es un negocio transversal que incide en diversos agentes y empresas de una cadena de valor específica y compleja.

Adicionalmente, se tiende a percibir que en Chile está mal mirado al profesional que se dedica o estudia algo relacionado con los servicios, mientras que trabajar en otras industrias “*renta más*”.

Esta situación tiende a generar desinterés por invertir en innovación en este sector nuevo del turismo del vino.

Sin embargo, es un sector de actividad que está creciendo en el Valle del Maipo y que, por lo tanto, se percibe por parte de las viñas como una línea de actividad a la que hay que estar atento para desarrollar e introducir innovaciones.

Para conseguirlo, las competencias del capital humano consideradas como más necesarias son el conocimiento del vino, la mejora del servicio y el inglés, tal y como se observa en el siguiente gráfico 31.

Para la mejora de la innovación, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias blandas, como aprender a escuchar, comunicación, saber qué quiere el turista, recepción a los visitantes de manera diferenciada a la competencia y adecuada a sus gustos y exigencias, talento, forma de ser, creatividad, trabajo en equipo, y que sepan escribir para crear contenidos en los soportes de marketing y comunicación con los clientes.

También se tiende a demandar saber el lenguaje del vino en inglés, como forma de tener una base para transformar la creatividad en innovaciones de nuevos productos y servicios para los turistas.

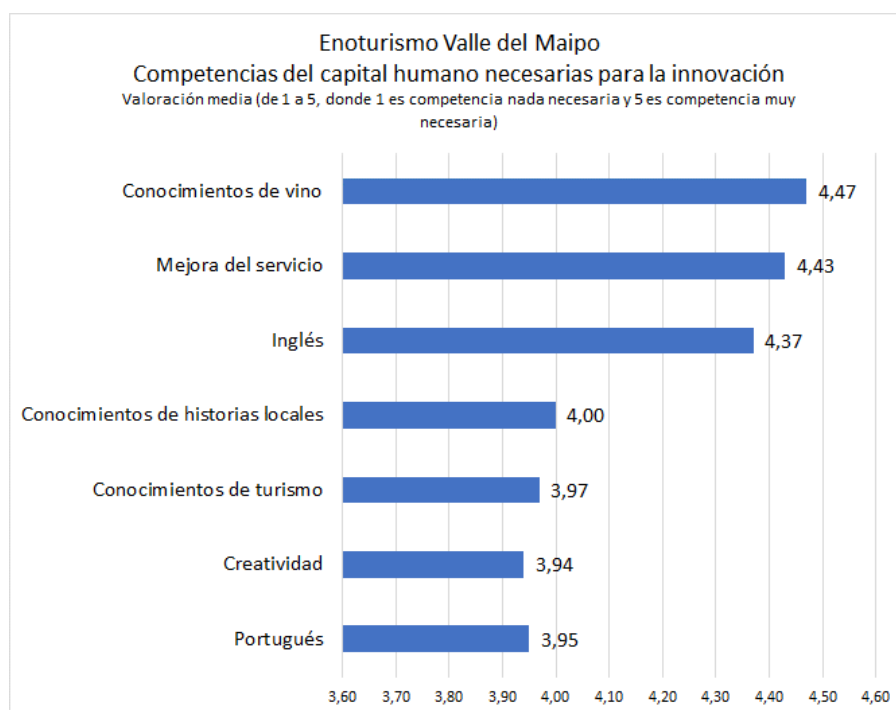
Se tiende a buscar competencias para innovar en la experiencia, para relacionarse más con la marca, y para desarrollar vocación de servicio, como empatía, disposición, vocación de atender a los visitantes y orientación al cliente.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Finalmente, para que los profesionales tengan el potencial de aportar a la innovación en nuevos productos de turismo del vino, se tiende a necesitar competencias como alto conocimiento del proceso de producción del vino, disposición para transferir la experiencia al visitante, y conocimientos sobre sustentabilidad.

También obtienen una valoración de necesidad media-alta competencias como conocimientos de historias locales, conocimientos de turismo y la creatividad.

Gráfico 31: competencias del capital humano necesarias para la innovación del enoturismo del Valle del Maipo

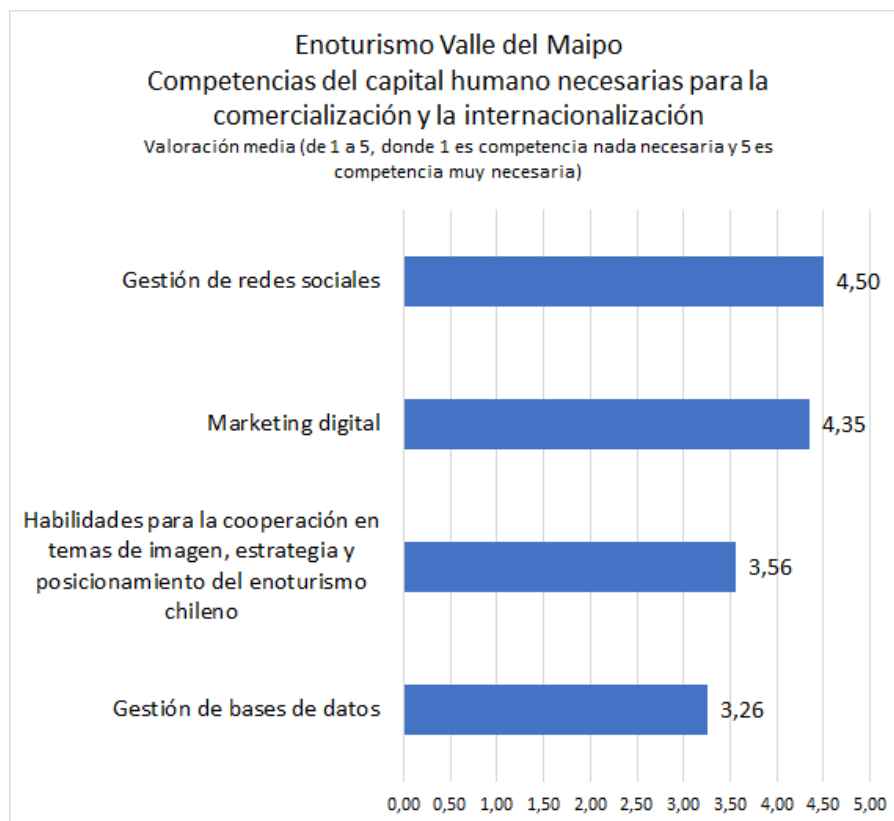


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

6.1.4/ COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Las competencias del capital humano consideradas necesarias para mejorar la comercialización y la internacionalización de los negocios enoturísticos del Valle del Maipo son la gestión de redes sociales y el marketing digital.

Gráfico 32: competencias del capital humano necesarias para la comercialización e internacionalización del enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Para la mejora de la comercialización e internacionalización de sus servicios, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias como conocimiento del manejo de Tripadvisor y de blogs especializados, ya que el “*boca a oreja*” funciona muy bien.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

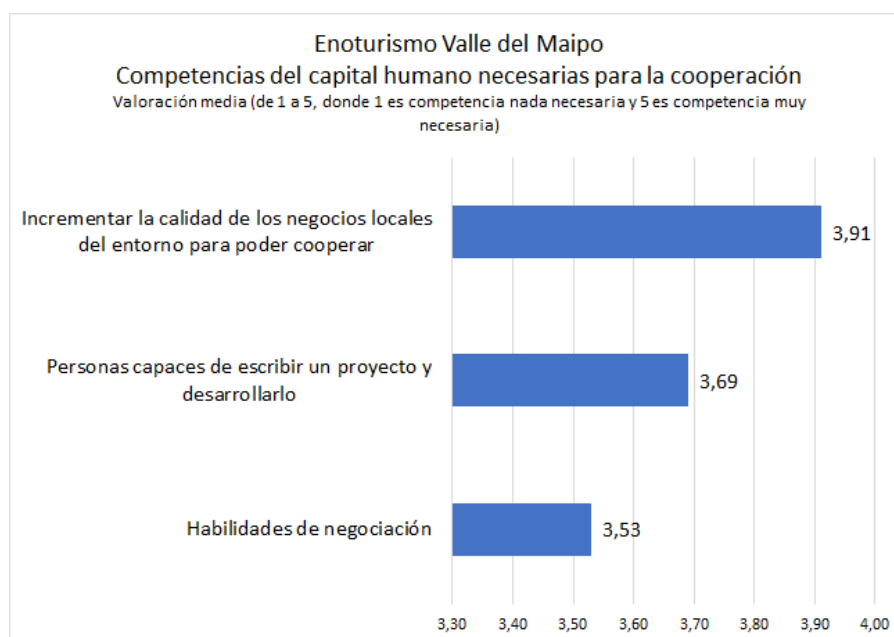
También competencias de comunicación, de idiomas, de historia del entorno, de servicios, y de redes sociales. Se requiere una profesionalización de la actividad comercial para el sector turismo, “*que los comerciales no digan lo que quieran sino lo que tenga sentido*”.

6.1.5/ COOPERACIÓN EN RED

Por su parte, las competencias del capital humano consideradas necesarias para mejorar la cooperación en red entre viñas del Valle del Maipo son el incremento de las capacidades, habilidades y conocimientos de los negocios y emprendimientos del entorno local, incluyendo a los *emprendimientos impulsados por Adultos Mayores*, para mejorar la calidad sus productos y servicios a los visitantes y turistas que se acercan a las viñas.

También se consideran relevantes las competencias para escribir, definir e implementar proyectos de desarrollo local.

Gráfico 33: competencias del capital humano necesarias para la cooperación en el enoturismo del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Para la mejora de la cooperación, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias como conocimientos de coaching para impulsar el intercambio de estrategias y oportunidades entre los profesionales de las viñas, trabajo en equipo, capacidad de motivar, convocar, relatar, así como apertura y entrega al conocimiento.

También se tiende a demandar competencias como contactos, buena apariencia, relaciones públicas, y conocimiento de planificación y estrategia territorial, sobre todo en materia de Marketing para el desarrollo de destinos turísticos.

6.2/ COMPETENCIAS PRIORITARIAS PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO

Atendiendo a los resultados del análisis de la información recopilada, procesada y analizada de las entrevistas realizadas, se observa una **tendencia a considerar prioritarias** para la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo **las siguientes competencias** profesionales.

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	INGLÉS
	HABILIDADES INTERPERSONALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE
	ALTO NIVEL DE SERVICIO
	EMPATÍA
	ENOLOGÍA
GESTIÓN DEL NEGOCIO	PORTUGUES
	CONOCIMIENTO DE GESTIÓN DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS EN CHILE, AMÉRICA LATINA, EUROPA, AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA Y STADOS UNIDOS
	LIDERAZGO
INNOVACIÓN	GESTIÓN DE VENTAS
	CONOCIMIENTOS DE VINO
	MEJORA DEL SERVICIO
	INGLÉS
	CONOCIMIENTOS DE HISTORIAS LOCALES
	CONOCIMIENTOS DE TURISMO
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	CREATIVIDAD
	GESTIÓN DE REDES SOCIALES
COOPERACIÓN EN RED	MARKETING DIGITAL
	CAPACIDADES, HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DE LOS NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS DEL ENTORNO LOCAL PARA MEJORAR LA CALIDAD SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS A LOS VISITANTES Y TURISTAS QUE SE ACERCAN A LAS VIÑAS
	DEFINICIÓN, ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL

Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

7/ MAPA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

El objetivo de este *Mapa de Capacidades* consiste en abordar los temas sobre los cuales se necesita una actualización de la capacitación para adaptarlos al desarrollo de nuevas rutas dentro del Valle del Maipo, adaptándose al aspecto comercial del enoturismo y el marketing digital (redes sociales, etc.).

Así, el Mapa de Capacitación identifica y determina las áreas formativas donde están las principales brechas de capacitación en el sector e identifica las carencias temáticas existentes, tomando como punto de partida el análisis de la oferta de formación y cualificación existente para el sector enoturístico y afines (tanto específicas del propio sector como de aplicabilidad en el mismo como idiomas, marketing, etc.) y las necesidades expresadas por las empresas.

7.1/ OFERTA DE CAPACITACIÓN DE POTENCIAL INTERÉS PARA EL ENOTURISMO

Para ello, en el marco del proceso participativo se han realizado *entrevistas en profundidad a centros formativos y de capacitación*¹⁴. El objetivo en este ámbito ha sido conocer las características de la oferta formativa existente y demandada de cara al futuro para el crecimiento del enoturismo en el valle.

También se ha realizado un trabajo de gabinete para recopilar y analizar la oferta formativa existente en la actualidad relacionada con el sector enoturístico. A continuación, en la siguiente tabla 5, se presenta una

¹⁴ Listado de centros de formación y capacitación entrevistados en Anexo 1

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

relación sintética¹⁵ de la oferta formativa identificada en ámbitos de potencial interés para el enoturismo en la Región Metropolitana..

Tabla 5: oferta formativa existente en ámbitos potencialmente relacionados con el enoturismo en la Región Metropolitana

CENTRO EDUCATIVO	OFERTA FORMATIVA ACTUAL			
	OFERTA FORMATIVA	PERFILES DE ALUMNOS	TÍTULOS QUE SE OBTIENEN	NIVEL
Instituto Profesional Los Leones	Técnicos de nivel superior en Turismo Sustentable	Jóvenes y adultos sin barrera de ingresos	Técnico de nivel superior en Turismo Sustentable	PROFESIONAL
INACAP	Diplomado Enoturismo y Rutas del Vino	Profesionales que se desempeñan en empresas de turismo y vitivinícolas	Diplomado Enoturismo y Rutas del Vino	PROFESIONAL
CULINARY	Administrador de negocios de la industria del vino	Jóvenes y adultos sin barrera de ingresos	Certificado Administrador de negocios de la industria del vino	TÉCNICO
Wine Institute-Formación vitivinícola	Especialista en Enoturismo	Ingenieros agrónomos, enólogos, sumilleres, guías de turismo especializado en turismo enológico	Certificado en Enoturismo	PROFESIONAL
Pontificia Universidad católica de Chile	Diplomado en cultura, producción, elaboración, comercialización y degustación	Ejecutivos, administrativos o comunicacionales	Diplomado en el vino chileno	TÉCNICO
Universidad San Sebastián	Ingeniero en expediciones y ecoturismo mención en montaña, navegación, geoturismo o gestión de modelos hoteleros	Jóvenes egresados de cuarto medio	Título profesional de ingeniero en expediciones y ecoturismo en especialidad en geoturismo, modelos hoteleros, navegación y montaña	TÉCNICO
Centro de formación técnica IDMA	Titulado de técnico en ecoturismo	Jóvenes egresados de cuarto medio	Técnico superior en ecoturismo	TÉCNICO
Universidad Diego Portales	Ingeniero comercial con mención en administración o economía		Ingeniero comercial	PROFESIONAL
SENCE	Atención y orientación al cliente (Anfitrión)	Personas con la enseñanza básica completa	Anfitrión de oficina comercial	OFICIO

¹⁵ En el Anexo 3 se presenta información adicional en forma de Fichas individualizadas descriptivas de los contenidos de los grados y cursos con potencial interés para el enoturismo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

OFERTA FORMATIVA ACTUAL				
CENTRO EDUCATIVO	OFERTA FORMATIVA	PERFILES DE ALUMNOS	TÍTULOS QUE SE OBTIENEN	NIVEL
SENCE	Información al usuario en empresas de turismo	Personas con la enseñanza básica completa	Informador turístico	OFICIO
SENCE	Servicio de agente de viajes	Enseñanza media completa	Agente de viajes	OFICIO
SENCE	Transporte turístico	Educación básica completa Ser mayor de 20 años Licencia de conducir clase A3, vigente	Conductor de transporte turístico	OFICIO
SENCE	Operación de procesos de tratamiento de vinos	Enseñanza media completa	Operador de tratamientos de vino	OFICIO
SENCE	Manejo de jardines	Enseñanza básica completa	Jardinero	OFICIO
SENCE	Operador de procesos de vinificación	Enseñanza básica completa	Operador de vinificación	OFICIO
SENCE	Manejo de Viñedos	Enseñanza básica completa	Operario de manejo de viñedos	OFICIO
SENCE	Estrategias para la comercialización y atención al cliente en el sector comercio	Enseñanza básica completa Nociones básicas de computación	Cajero, reponedor de abarrotos, vendedor, atención a clientes	OFICIO
SENCE	Vendedor en tiendas por departamento	Enseñanza básica completa	Vendedor	OFICIO
SENCE	Barman	Enseñanza básica completa	Barman	OFICIO
SENCE	Actividades en asistencia en redes sociales	Educación media completa Conocimientos computacionales nivel usuario	Asistente en redes sociales	OFICIO
OTIC	Administración avanzada de viña y control eficiente de inventario	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en administración avanzada de viña	TÉCNICO
OTIC	Técnicas en comercio exterior	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en comercio exterior	TÉCNICO
OTIC	Presupuestos	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en la elaboración de presupuestos	TÉCNICO
OTIC	Tesorería	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en la gestión de la tesorería	TÉCNICO
OTIC	Planificación, gestión y control de proyectos	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en planificar, gestionar y controlar proyectos	TÉCNICO
OTIC	Aplicación de técnicas de liderazgo y	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades	Capacitado en técnicas de liderazgo y	TÉCNICO

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

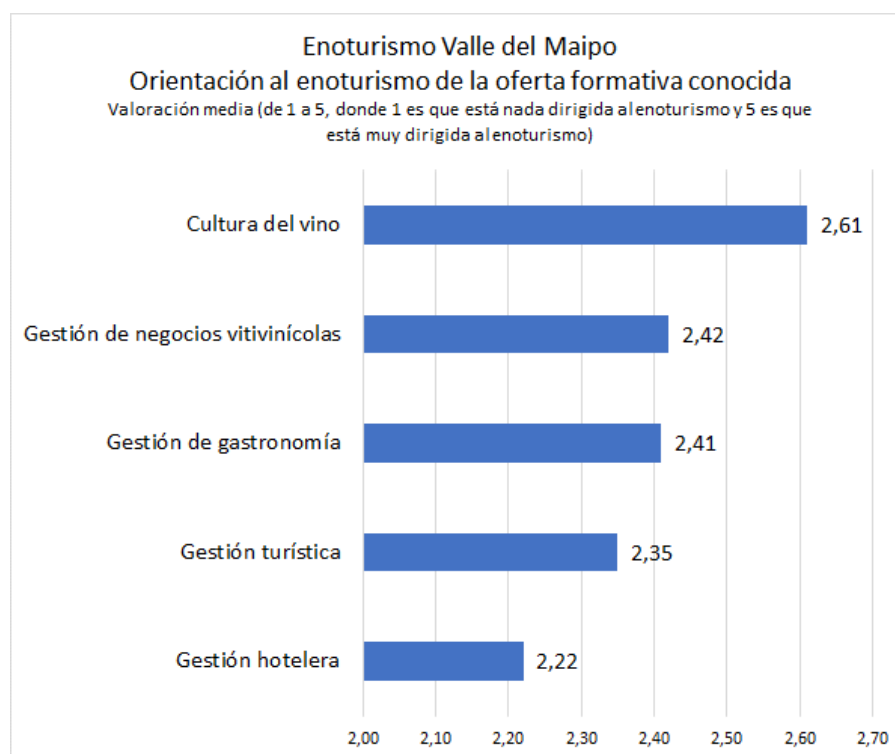
OFERTA FORMATIVA ACTUAL				
CENTRO EDUCATIVO	OFERTA FORMATIVA	PERFILES DE ALUMNOS	TÍTULOS QUE SE OBTIENEN	NIVEL
	empoderamiento	o grados de conocimiento	empoderamiento	
OTIC	Habilidades comunicacionales para la atención del cliente en forma efectiva	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en habilidades comunicacionales para la atención al cliente	TÉCNICO
OTIC	Técnicas de atención comercial	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención comercial	TÉCNICO
OTIC	Técnicas de atención al cliente	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención al cliente	TÉCNICO
OTIC	Técnicas de atención al público	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención al público	TÉCNICO
OTIC	Técnicas para el servicio de excelencia al cliente	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas para el servicio de excelencia al cliente	TÉCNICO
OTIC	Técnicas de ventas	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de ventas	TÉCNICO
OTIC	Excel aplicado a los negocios y Administración	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en el uso de Excel aplicado a los negocios y administración	TÉCNICO
OTIC	Inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa	TÉCNICO
OTIC	Inglés aplicado a la descripción de productos y servicios	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en inglés aplicado en describir productos y servicios	TÉCNICO
OTIC	Desarrollo de competencias del idioma inglés para los negocios	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en inglés para los negocios	TÉCNICO
OTIC	Aplicación de técnicas de catas de vinos	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de catas de vino	TÉCNICO
OTIC	Coaching empresarial	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en coaching empresarial	TÉCNICO
OTIC	Líder coaching	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas en liderazgo	TÉCNICO

Fuente: elaboración de Infyde

7.2/ ORIENTACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA A LAS NECESIDADES DEL ENOTURISMO

Tal y como se observa en el siguiente gráfico 34, los agentes y empresas entrevistados muestran una tendencia a considerar que la oferta formativa se encuentra poco orientada al enoturismo. Así, en todos los ámbitos considerados de oferta formativa, se tiende a considerar que la orientación al enoturismo de sus contenidos es muy baja e insuficiente.

Gráfico 34: orientación al enoturismo de la oferta formativa conocida por los agentes y viñedos del Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Así, se percibe por parte de los entrevistados la tendencia a considerar que las escuelas buenas que pueden dar una oferta formativa de enoturismo son muy caras. Resultan bastante inaccesibles.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

No se percibe que haya una oferta formativa variada para el enoturismo, y no se encuentran bien desarrolladas las mallas de carrera, ni están bien definidos los campos profesionales donde se van a desarrollar los profesionales.

Se tiende a no conocer muy bien la oferta formativa relacionada con el enoturismo, aunque sí la del sector turismo, que se percibe prioritariamente orientada a servicios en hoteles, restaurantes, cocinas, agencias de viajes y guías turísticos generales. Sin embargo, se observa que esta última no incluye integración con sectores como el vino.

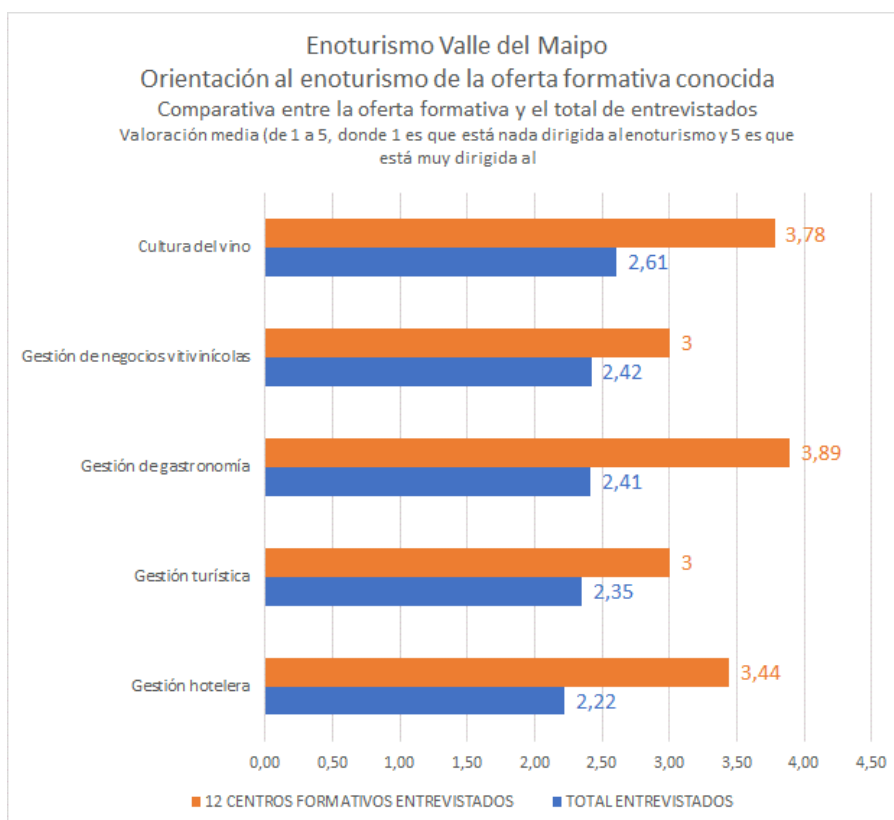
Tomando en consideración de manera diferenciada las opiniones de los Centros Educativos entrevistados durante el trabajo sobre el terreno, tal y como se observa en el siguiente gráfico 35, se observa una tendencia general a que estos consideran que la oferta formativa existente está más orientada al enoturismo de lo que lo considera el total de entrevistados.

Así, destaca la tendencia de los Centros Educativos entrevistados a opinar que la oferta formativa de gestión gastronómica, de cultura del vino y de gestión hotelera está orientada al enoturismo de una manera relevante. Contrasta con la baja valoración al respecto que realizan el resto de entrevistados.

Destaca en este sentido también la tendencia de los Centros Educativos entrevistados a considerar que la oferta formativa de gestión turística está menos orientada al enoturismo que la oferta formativa sobre materias relacionadas con el vino y la gastronomía.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 35: comparativa en las opiniones de la oferta y la demanda sobre la orientación al enoturismo de la oferta formativa para el enoturismo.



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Por su parte, se tiende a considerar que existe una necesidad de oferta de formación específica para el enoturismo, y que la formación on-line y la creación de una Escuela de Servicios y de Enoturismo podrían ser instrumentos adecuados para avanzar en esa dirección, tal y como se observa en el siguiente gráfico 36.

Así, la oferta formativa que se tiende a percibir como necesaria son contenidos relacionados con sustentabilidad, experiencia, tecnologías, emprendimiento, idiomas, calidad del servicio, gestión de negocios turísticos con especialidad en vino, administración de empresas, redes sociales, hostelería, gastronomía típica chilena, sumilleres, cursos de

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

capacitación para chefs, mucamas, gerencia de hotel, catas de vino, garzones que sepan de maridaje, procedimientos para mejorar la calidad de atención y servicios al cliente, idiomas, atención al cliente y protocolos, Excel, marketing digital, manejo de situaciones complejas (clientes insatisfechos), TICs, y gestión de ventas, marketing y comercialización de productos Enoturísticos.

Como proyecto estrella se tiende a plantear la creación de una Escuela de Enoturismo, que desarrolle cursos y grados especializados, que enseñe como transmitir experiencias mágicas, que enseñe turismo, y que forme sobre vinos de todo el mundo.

Se observa como importante la estructuración de una organización que estableciese los requerimientos de capacitación para la actividad ecoturística de manera organizada.

Un factor destacado percibido por los entrevistados es la demanda de que la formación se acerque al territorio, que se haga en las comunas cerca de las viñas, y que los alumnos que se formen sean personas residentes en la propia zona.

En materia de certificaciones profesionales, se tiende a desconocer el sistema de certificaciones de Chile Valora, y por lo tanto los negocios no tienen una valoración sobre su eficacia y adecuación. Sin embargo, si resulta de interés la oportunidad de tener acceso a capital humano especializado en enoturismo con certificaciones profesionales oficiales emitidas por un organismo como Chile Valora.

Se considera que el sector está muy nuevo como para certificar, por lo que se muestra una tendencia a demandar un perfeccionamiento de los oficios existentes actualmente más que en la creación de muchos nuevos.

Se observa en este sentido que los liceos técnicos están sacando chicos en cuarto medio con ciertas especialidades que pueden servir al sector. Y esto es súper clave ya que tienen alta contratación, entonces se les debiera considerar para que sigan creciendo en el enoturismo.

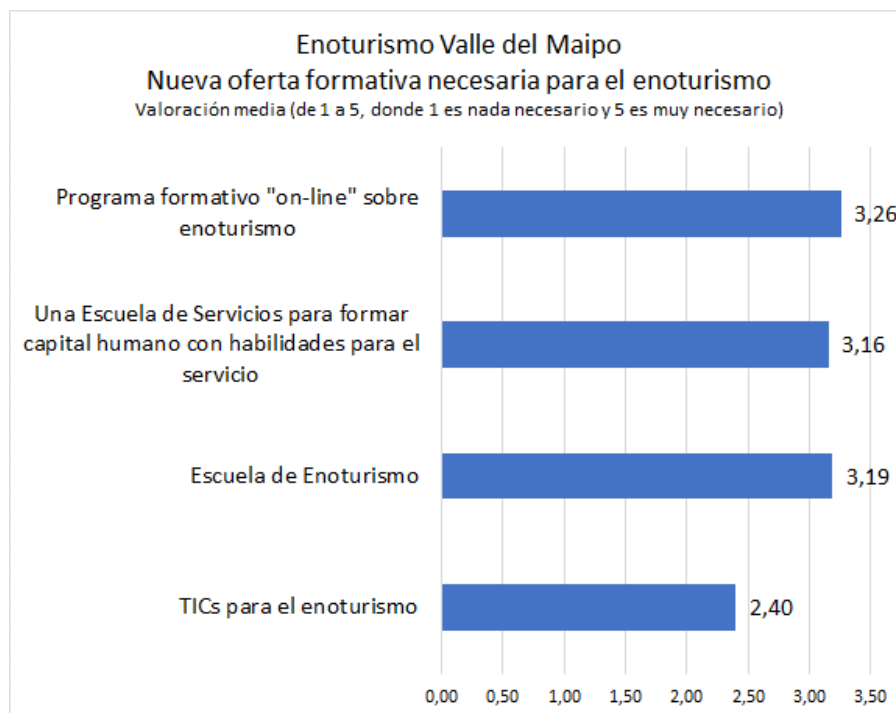
Ello supone una oportunidad de encadenamiento para la formación ocupacional y la capacitación.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los formatos metodológicos que se tienden a demandar para la impartición de la formación son más experiencias prácticas, adecuación de contenidos modulares a la especialidad, uso de tecnologías como programas formativos en e-learning, y clases presenciales en lugares cercanos a las localidades del valle.

También se tiende a pedir que sean las personas del valle las que reciban la formación en el campo del enoturismo, y no personas residentes en Santiago o en otros lugares de la región, para garantizar de esta forma que este capital humano desarrollara su ejercicio profesional en el entorno. Se demanda crear itinerarios formativos completos, integrados y adaptados a las necesidades de las personas del propio valle.

Gráfico 36: nueva oferta formativa necesaria para el enoturismo del Valle del Maipo



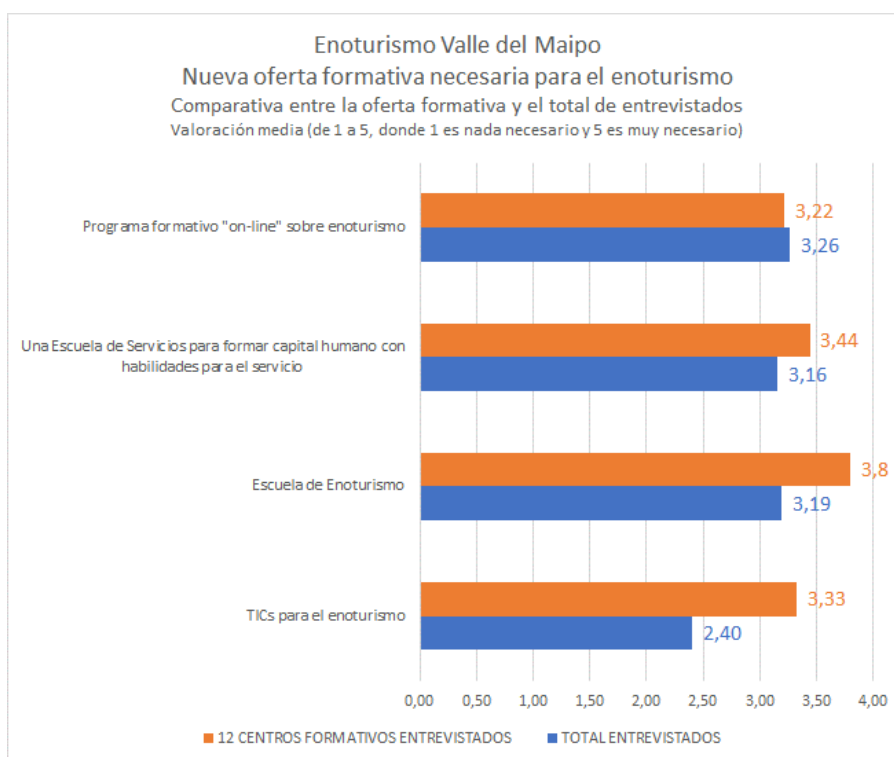
Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En un plano comparativo, se observa una mayor tendencia de los Centros Educativos con respecto al total de entrevistados, a considerar la necesidad de crear nueva oferta formativa mediante una posible Escuela de Enoturismo, una posible Escuela de Servicios Turísticos o Centros especializados en TICs para el turismo.

Por el contrario, se encuentran con una similar valoración media en materia de la necesidad de crear programas formativos “on-line” sobre enoturismo.

Gráfico 37: comparativa en las opiniones de la oferta y la demanda sobre la nueva oferta formativa necesaria para el enoturismo del Valle del Maipo

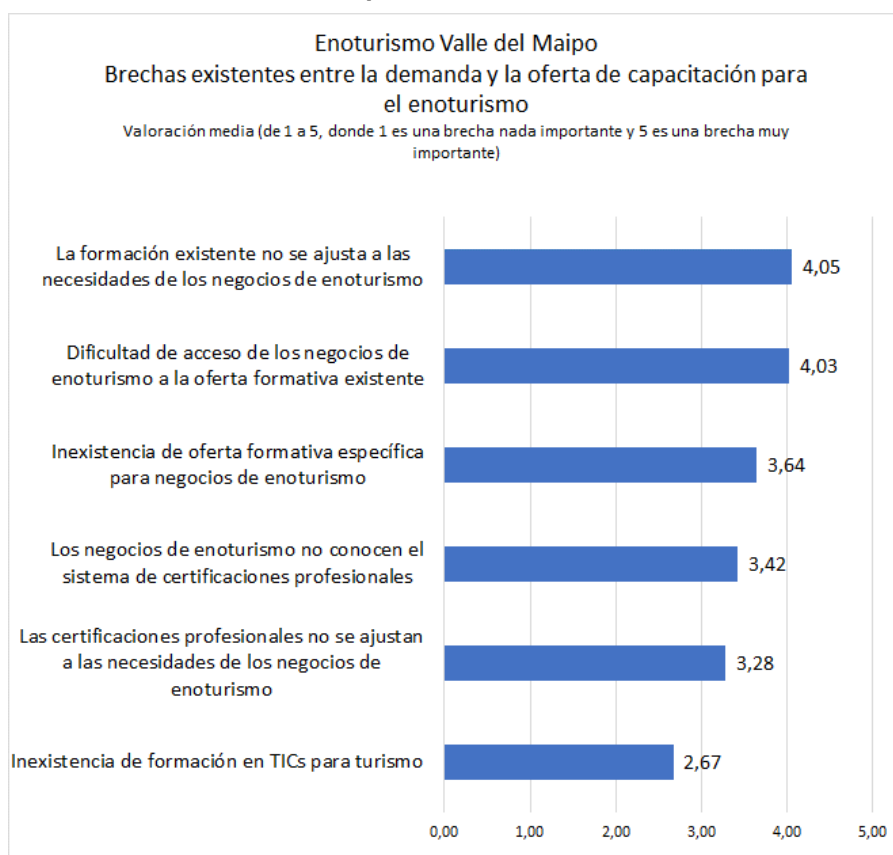


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

7.3/ BRECHAS ENTRE LA DEMANDA DE CAPITAL HUMANO Y LA OFERTA FORMATIVA EN EL ÁMBITO DEL ENOTURISMO

En consecuencia, los entrevistados tienden a considerar que existe una brecha muy importante en la carencia de ajuste de la oferta formativa a las demandas del enoturismo, en las dificultades de acceso de los negocios de enoturismo a la oferta existente (por lejanía a sus negocios o inflexibilidad de horarios) y por la inexistencia de oferta de formación específica para enoturismo.

Gráfico 38: brechas entre la oferta y la demanda formativa para el enoturismo del Valle del Maipo



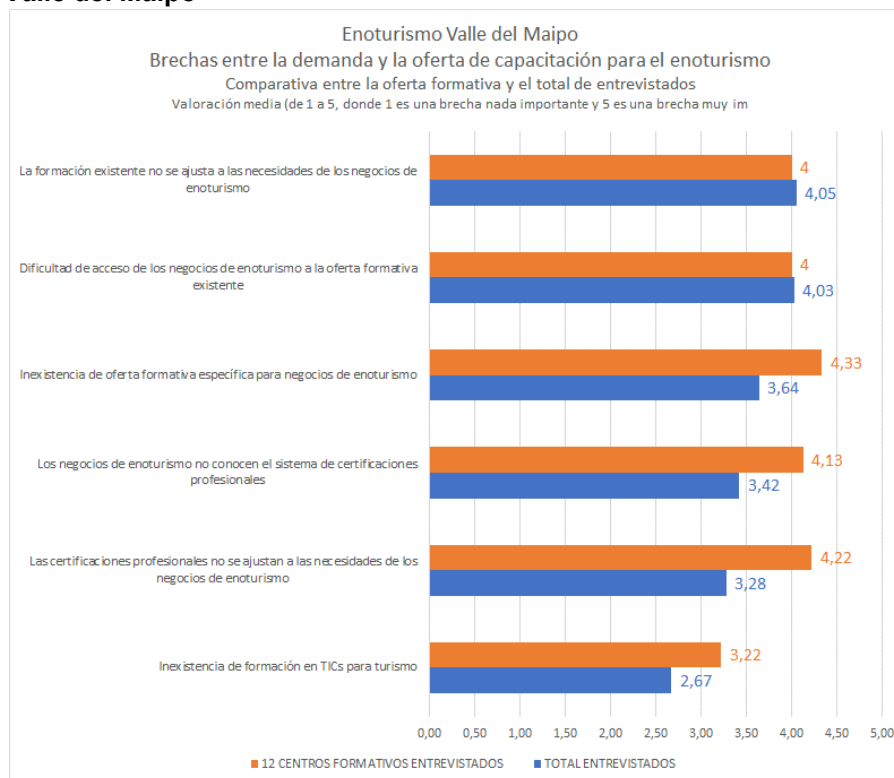
Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Se observa un desacuerdo relevante entre las brechas de oferta de capacitación existentes que consideran más importantes los Centros Educativos, como son la inexistencia de oferta formativa específica, la inadecuación de las certificaciones profesionales y el desconocimiento de este sistema de certificaciones por parte de los negocios enoturísticos, y las que consideran más importantes el total de entrevistados, que son el desajuste de la oferta a las necesidades de las empresas y la dificultad de acceso de los negocios a la formación.

Esta diferencia se revela como muy relevante, ya que señala que mientras los Centros Educativos tienden a considerar clave la brecha de las falencias del sistema de capacitación-certificación de perfiles laborales, el resto de entrevistados tiende a considerar clave que la oferta formativa no se ajusta a las necesidades de las empresas y que estas no conocen adecuadamente su existencia, sus contenidos y la forma de acceder a ella.

Gráfico 39: comparativa en las opiniones de la oferta y la demanda sobre las brechas de formativa para el enoturismo existentes en el Valle del Maipo



Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Sobre la base del diagnóstico realizado relativo a las brechas, se presenta a continuación un análisis de las áreas de interés a desarrollar para abordar las demandas del enoturismo del Valle del Maipo.

Tabla 6: áreas de capacitación con potencial de desarrollo para abordar las demandas del enoturismo del Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE	CENTRO FORMATIVO	ÁREAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	INGLÉS	<ul style="list-style-type: none"> Atención y orientación al cliente (mod 2: inglés técnico básico) Informador turístico (mod 3: inglés básico para actividades turísticas) Conductor de transporte (mod 4: inglés para servicios de información) 	SENCE	Demanda de orientación de la oferta formativa de inglés hacia el mundo del turismo y del vino
		<ul style="list-style-type: none"> Inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa Inglés oral y escrito aplicado a la descripción de productos y servicios Desarrollo de competencias del inglés para los negocios 	OTIC DEL COMERCIO	
	HABILIDADES INTERPERSONALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Atención y orientación al cliente Informador turístico Agente de viajes 	SENCE	Existencia de oferta formativa sobre las habilidades interpersonales de atención al cliente. Se demanda un mayor enfoque hacia el turismo del vino
		<ul style="list-style-type: none"> Habilidades comunicacionales para atención al cliente en forma efectiva Técnicas de atención comercial Técnicas de atención de público Técnicas de atención al cliente 	OTIC DEL COMERCIO	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE	CENTRO FORMATIVO	ÁREAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS
	ALTO NIVEL DE SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Atención al cliente Informador turístico Agente de viajes 	SENCE	Existencia de oferta formativa sobre el servicio a los clientes.
		<ul style="list-style-type: none"> Técnicas en comercio exterior Aplicación de técnicas de liderazgo y empoderamiento Técnicas para el servicio de excelencia al cliente 	OTIC DEL COMERCIO	Se demanda un mayor enfoque hacia el turismo del vino
	EMPATÍA	<ul style="list-style-type: none"> - 	Oferta formativa potencialmente integrada en otros grados formativos	
	ENOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> Operador de tratamientos de vino Operador de vinificación Operario de manejo de viñedos 	SENCE	Existencia de oferta formativa en enología
		<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de técnicas de cata de vino 	OTIC DEL COMERCIO	
PORTUGUES	<ul style="list-style-type: none"> - 	Oferta formativa para el enoturismo no identificada Demanda de orientación de la oferta formativa de inglés hacia el mundo del turismo y del vino		
GESTIÓN DEL NEGOCIO	CONOCIMIENTO DE GESTIÓN DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS EN CHILE, AMÉRICA LATINA, EUROPA, AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA Y ESTADOS UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia para la comercialización y atención de clientes en sector comercio Vendedor en tiendas por departamento 	SENCE	Demanda de desarrollar una oferta formativa, bien mediante grados universitarios o bien

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE	CENTRO FORMATIVO	ÁREAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS
		<ul style="list-style-type: none"> Administración avanzada de viña y control eficiente de inventario Técnicas en el comercio exterior TesoreríaPresupuestos Planificación, control y gestión de proyectos 	OTIC DEL COMERCIO	mediante cursos de formación Executive, orientada al turismo del vino.
	LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de técnicas de liderazgo y empoderamiento Coaching empresarial Líder coaching 	OTIC DEL COMERCIO	Existencia de oferta formativa en liderazgo. Se demanda acercar su oferta al territorio local del valle
	GESTIÓN DE VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias para la comercialización y atención de clientes en sector de comercio Vendedor en tiendas por departamento 	SENCE	Existencia de abundante oferta formativa en gestión de ventas.
		<ul style="list-style-type: none"> Excel aplicado a los negocios y administración Curso de administración de viñas y manejo de inventarios Tesorería Presupuestos Técnicas de ventas 	OTIC DEL COMERCIO	Se demanda acercar su oferta al territorio local del valle

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE	CENTRO FORMATIVO	ÁREAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS
INNOVACIÓN	CONOCIMIENTOS DE VINO	<ul style="list-style-type: none"> Operador de tratamientos de vino Operador de vinificación Operario de manejo de viñedos 	SENCE	Existencia de oferta formativa en técnicas de vino
	MEJORA DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Barman 	SENCE	Existencia de una oferta formativa que da la posibilidad de mejorar el servicio.
	INGLÉS	<ul style="list-style-type: none"> Inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa Inglés oral y escrito aplicado a la descripción de productos y servicios Desarrollo de competencias del inglés para los negocios 	OTIC DEL COMERCIO	Demanda de orientación de la oferta formativa de inglés hacia el mundo del turismo y del vino
	CONOCIMIENTOS DE HISTORIAS LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> - 	Oferta formativa para el enoturismo no identificada	
	CONOCIMIENTOS DE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> Atención y orientación al cliente (mod 2: inglés técnico básico) Informador turístico (mod 3: inglés básico para actividades turísticas) Conductor de transporte (mod 4: inglés para servicios de información) 	SENCE	Demanda de orientación de la oferta formativa de turismo hacia el mundo del vino
	CREATIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - 	Oferta formativa para el enoturismo no identificada	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.
Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE	CENTRO FORMATIVO	ÁREAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	GESTIÓN DE REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> Actividades en asistencia en redes sociales 	SENCE	Necesidad de una mayor oferta formativa en marketing digital y el uso de las redes sociales aplicadas al turismo (TIC turismo)
	MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> Actividades en asistencia en redes sociales 	SENCE	
COOPERACIÓN EN RED	CAPACIDADES, HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DE LOS NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS DEL ENTORNO LOCAL PARA MEJORAR LA CALIDAD SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS A LOS VISITANTES Y TURISTAS QUE SE ACERCAN A LAS VIÑAS	<ul style="list-style-type: none"> Operador de tratamientos de vino Operador de vinificación Operario de manejo de viñedos 	SENCE	Necesidad de desarrollo de oferta en materia de desarrollo territorial y turismo
	DEFINICIÓN, ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de proyectos Planificación, control y gestión de proyectos 	SENCE	

Fuente: elaboración de Infyde

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

8/ ANÁLISIS FODA

El **análisis FODA** de la situación de la **demanda de ocupaciones** de la cadena de valor del enoturismo en el Valle del Maipo es el siguiente:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Existencia de un marco estratégico nacional y meso-regional (Programas Estratégicos) de apoyo al desarrollo del turismo sustentable y del enoturismo</p> <p>Fuerte posición internacional de la industria del vino chileno</p> <p>Han crecido el número de empresas de turismo en el Valle del Maipo (gastronomía, hotelería y entretenimiento)</p> <p>Tendencia a la demanda de mejoras en calidad, gestión e innovación de los negocios y agentes que operan en el Valle del Maipo</p>	<p>Tendencias internacionales hacia el crecimiento del enoturismo</p> <p>Enoturismo atrae visitantes de alto poder adquisitivo</p> <p>Aprender de las experiencias internacionales de enoturismo y avanzar en los retos que pueden generar para el impulso competitivo del enoturismo chileno y de su capital humano</p> <p>Mayor crecimiento del número de empleados en el turismo que en la industria del vino en el Valle del Maipo</p> <p>Desarrollo del enoturismo experiencial</p> <p>Interés de los negocios de enoturismo por crear nuevos servicios de entretenimiento en el Valle</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Carencia de orientación específica hacia el enoturismo de la oferta formativa y del sistema de certificaciones profesionales chileno</p> <p>Carencia de orientación al enoturismo de los programas nacionales de calidad turística</p> <p>Baja asociatividad para impulsar la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo</p> <p>Falencias en estrategia y planes de gestión de los negocios enoturísticos del valle</p> <p>Bajas competencias del capital humano en idiomas, orientación al servicio al cliente, TICs y conocimientos de enología y de turismo</p> <p>Dificultad de acceso de las empresas enoturísticas a información sobre los cursos disponibles existentes</p>	<p>El rubro de los servicios de entretenimiento no es intensivo en creación de empleo por cuenta ajena</p> <p>Fuerte decrecimiento de la productividad (Ventas/empleados) en el sector del turismo del Valle del Maipo</p> <p>Escaso conocimiento de las empresas y del capital humano sobre el negocio del turismo y del vino en otras partes del mundo (Europa, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos)</p> <p>Baja orientación de la oferta formativa a las demandas del tejido empresarial enoturístico</p>

9/ CONCLUSIONES

A continuación, se presentan algunas **conclusiones** sobre la situación de la demanda de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el desarrollo competitivo de la cadena de valor del enoturismo en el Valle del Maipo.

El enoturismo chileno afronta el reto de la *especialización inteligente* para aprovechar sus capacidades empresariales, tecnológicas y de conocimiento y desarrollarse de manera diferenciada en este entorno competitivo internacional.

El fenómeno del negocio enoturístico en Chile se ha desarrollado en la zona central en los últimos años, por lo que es un sector joven. Está liderado por los viñedos de la zona y existe una oferta complementaria integrada esencialmente en la actualidad por restaurantes y alojamientos con una necesidad estratégica de orientarse adecuadamente hacia el turismo del vino.

Existen *experiencias a nivel internacional* de organismos tanto educativos como de asociatividad de agentes privados que trabajan de manera específica en el diseño y desarrollo de programas de capacitación y el desarrollo competitivo en el ámbito del enoturismo, como en el caso de España.

En otros países como Francia, Nueva Zelanda y Australia destacan las experiencias de Centros Universitarios y Formativos con grados especializados orientados al enoturismo. Mientras, en países como Argentina destaca la iniciativa pública para la promoción de la calidad turística y la cualificación del capital humano que trabaja en el turismo del vino.

Las *actividades turísticas están creciendo de manera intensa en el Valle del Maipo en la última década*. El crecimiento de la actividad se ha sustentado en la consolidación y apertura de nuevos negocios gastronómicos. Existe un perfil de oferta gastronómica dirigida a visitantes al Valle durante el fin de semana.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los clientes de estos negocios de restauración de fin de semana son personas de Santiago que no necesariamente demandan una experiencia culinaria relacionada con el vino, sino menús de buffet o espacios para el consumo de alimentos propios en un entorno de relajación con servicios de entretenimiento y ocio para las familias.

Sin embargo, se observa una *tendencia al fuerte decrecimiento de la productividad del sector turismo en el Valle del Maipo*. Esta tendencia indica que las empresas están generando un menor volumen de ventas por cada trabajador que tienen contratado.

Adicionalmente, los rubros de la gastronomía y el alojamiento en el Valle del Maipo presentan un *problema estructural consistente en el pequeño tamaño de los negocios*, con un bajo número de trabajadores dependientes que trabajan en cada una de las empresas del sector.

En este contexto, el *turismo del vino* se presenta como una oportunidad de desarrollar un turismo de creciente valor añadido en el valle, aprovechando las capacidades existentes y su potencial.

En la actualidad existen viñedos que ofrecen tours y otros servicios a los visitantes, y restaurantes en el entorno local que ofrecen una carta de platos de carácter tradicional acompañados por una carta de vinos procedentes de las viñas del valle. Algunos de estos establecimientos ofrecen también alojamiento, sobre todo si se encuentran en espacios rurales.

Aparecen negocios con un fuerte interés en diseñar una oferta integrada de gastronomía y alojamiento dirigida a turistas con interés por el vino, aunque son un número reducido en la actualidad.

Las actividades de entretenimiento, ocio, deporte y bienestar se encuentran sin desarrollar todavía en la actualidad en el Valle del Maipo. Estas actividades generan una cantidad muy escasa de empleos.

Los factores clave que inciden en la posición competitiva del sector en la actualidad en el Valle del Maipo están relacionados con el trabajo en la base, dirigido al diseño y la preparación de los productos y servicios enoturísticos y a estructurar líneas de negocio especializadas en turismo del vino.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

El nivel de cualificación y la adecuación de la experiencia del **capital humano** que trabaja en el sector no se ajusta a las necesidades de incremento de la productividad que requiere el tejido empresarial.

Durante el trabajo sobre el terreno se han observado las dificultades de las empresas del sector para conseguir profesionales cualificados en enoturismo dispuestos a cobrar un salario relativamente no elevado y a residir en el entorno del Valle del Maipo. Adicionalmente, las empresas tienden a no invertir en cursos de capacitación de sus empleados debido a la alta rotación del personal en el sector. Así, se observa la tendencia a expresar la necesidad de fijar estrategias de cooperación entre viñas, pero también se observa la tendencia a no iniciar actuaciones concretas para abordarlas y llevarlas a cabo.

El enoturismo del valle busca priorizar la especialización inteligente en **“enoturismo experiencial”**.

Para ello, ha de capacitar a profesionales que acompañen bien la experiencia enoturística que se desea ofrecer al turista. Así, es el personal que se encuentra en contacto con los turistas el responsable de transmitir esa experiencia que se desea mostrar.

Se observa en el Valle una fuerte tendencia a considerar como prioritario el lanzamiento de nuevos productos enoturísticos que en la actualidad no se están prestando. En este ámbito destacan el interés por crear nuevas ofertas de tours de entretenimiento y de puesta en marcha de wine bars.

Se demandan **Guías turísticas** para mejorar la calidad de los servicios enoturísticos del valle. Se observa la dificultad de encontrar Guías Turísticas adecuadamente cualificados, con disposición a aceptar los niveles salariales que se ofrecen en el sector en la actualidad, y que se encuentren dispuestos a residir en el entorno de los viñedos.

Las competencias para mejorar la calidad son el aprendizaje a maridar, es decir, conocer como los alimentos combinan mejor con distintas cepas, y un mayor conocimiento en profundidad de la cultura del vino y de sus características en diversas partes del mundo. Conocer protocolos de manejo del vino. Saber aplicar un ritual en el servicio del vino (control temperatura, como se decanta, maridaje).

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Los guías deben generar una experiencia, conocer elementos básicos de una cata. También destaca la demanda de desarrollar competencias orientadas al servicio al turista.

Se requieren competencias para dar un mejor servicio, brindar una mejor experiencia, capaces de enfocarse en la comunicación con los clientes y hacia los clientes, y de atraer a más empresas clientes potenciales y visitantes.

Por otra parte, se demanda un perfil laboral de ***“Gestor de negocios enoturísticos”*** multidisciplinarios para mejorar la capacidad de gestión de las líneas de negocio enoturístico.

Las competencias para mejorar la gestión son el conocimiento de gestión de negocios enoturísticos no solo en Chile sino a nivel internacional (en América Latina, Europa, Oceanía y Estados Unidos), el liderazgo, el conocimiento del producto turístico, de la oferta y demanda que tiene el país, y de herramientas de gestión para planificar un negocio turístico.

Se incluye en este ámbito conocimiento para la gestión de ventas, gestión de abastecimientos y gestión de proveedores, entre otros. También conocimiento de herramientas de marketing, marketing digital, de servicio y atención al cliente, experiencia en gestión de negocios turísticos, idealmente en el ámbito del vino.

Se requiere proactividad y capacidad de visualización de escenarios posibles y como abordarlos. También una gran capacidad de articulación de relaciones institucionales público privadas, liderazgo y capacidad de relaciones públicas y de manejo conflictos.

Para la innovación enoturística, se demandan ***“Gerentes de experiencias, o asesores de experiencias”***. Es un perfil que resulta de la incorporación de un mix de competencias al capital humano, que les permiten no solamente prestar un servicio a los turistas del vino de manera mecánica y sistematizada, sino que son capaces de trabajar con la creatividad para desarrollar y prestar nuevos conceptos innovadores de productos y servicios enoturísticos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Las competencias demandadas para la innovación son competencias blandas, como aprender a escuchar, comunicación, saber qué quiere el turista, recepción a los visitantes de manera diferenciada a la competencia y adecuada a sus gustos y exigencias, talento, forma de ser, creatividad, trabajo en equipo, y que sepan escribir para crear contenidos en los soportes de marketing y comunicación con los clientes.

También saber el lenguaje del vino en inglés, como forma de tener una base para transformar la creatividad en innovaciones de nuevos productos y servicios para los turistas. Se tiende a buscar competencias para innovar en la experiencia, para relacionarse más con la marca, y para desarrollar vocación de servicio, como empatía, disposición, vocación de atender a los visitantes y orientación al cliente.

Para la internacionalización de los servicios de turismo del vino, se demandan ***“Técnicos de redes sociales y técnicos de marketing con idiomas”***.

Las competencias demandadas para la internacionalización son conocimiento del manejo de tripadvisor y de blogs especializados, ya que el “boca a oreja” funciona muy bien, comunicación, idiomas, historia del entorno, de servicios, y de redes sociales.

Y para el desarrollo de la asociatividad y la cooperación, se demandan ***“Agentes de desarrollo local”***, que pueden ser incluso técnicos de la misma viña, pero que habitualmente son personas contratadas por las municipalidades.

Las competencias demandadas para la cooperación son coaching para impulsar el intercambio de estrategias y oportunidades entre los profesionales de las viñas, trabajo equipo, capacidad de motivar, convocar, relatar, y con apertura y entrega al conocimiento.

También contactos, buena apariencia, relaciones públicas, y conocimiento de planificación y estrategia territorial, sobre todo en materia de Marketing para el desarrollo de destinos turísticos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

En materia de oferta formativa, existe una *brecha de oferta de formación específica para el enoturismo*.

Se percibe que la formación no es accesible a los negocios enoturísticos. La formación se debe acercar al territorio, que se haga en las comunas cerca de las viñas, y que los alumnos que se formen sean personas residentes en la propia zona.

La oferta formativa que se percibe como necesaria son contenidos relacionados con:

- **GESTIÓN:** sustentabilidad, ofimática (Excel, etc), idiomas, gestión de negocios turísticos con especialidad en vino, administración de empresas, marketing y comercialización de productos Enoturísticos.
- **TICs:** redes sociales, TICs, y gestión de ventas, marketing digital.
- **TURISMO:** experiencia turística, hostelería, gastronomía típica chilena, cursos de capacitación para chefs, mucamas, gerencia de hotel.
- **VINO:** sumilleres, catas de vino, garzones que sepan de maridaje.
- **SERVICIO:** calidad del servicio, procedimientos para mejorar la calidad de atención y servicios al cliente, atención al cliente y protocolos, manejo de situaciones complejas (clientes insatisfechos).
- **ASOCIATIVIDAD EN EL TERRITORIO:** emprendimiento, desarrollo local.

Se plantea la visión de crear una Escuela de Enoturismo, que desarrolle cursos y grados especializados, que enseñe como transmitir experiencias mágicas, que enseñe turismo, y que forme sobre vinos de todo el mundo.

En materia de certificaciones profesionales, *el enoturismo desconoce el sistema de certificaciones de Chile Valora*, y por lo tanto los negocios no tienen una valoración sobre su eficacia y adecuación. Sin embargo, si resulta de interés la oportunidad de tener acceso a capital humano especializado en enoturismo con certificaciones profesionales oficiales emitidas por un organismo como Chile Valora.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANEXO 1/ LISTADO DE EMPRESAS Y AGENTES ENTREVISTADOS

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Las empresas, agentes e instituciones entrevistadas han sido las siguientes:

ENTREVISTAS PARA EL MAPA OCUPACIONAL			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
AGENTES INSTITUCIONALES Y GREMIALES			
1	Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Dña. Marcela Mansilla Mansilla	Encargada de Capital Humano División de Fomento e Inversión Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
2	Sernatur SD Desarrollo	Dña. Mª Loreto Pérez; Dña. Verónica Aguilar	Encargada de Producto; Encargada de Capital humano
3	Programa Mesoregional Enoturismo	D. José Miguel Viu	Presidente del Programa
4	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE	Dª Dinka Tomicic	Directora Regional RM
5	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE	D. Rodrigo Vasquez	Asesor Dirección Nacional
6	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE	D. Rodrigo Vásquez Toro	Jefe Departamento de capacitación a Personas
7	ASOTURS AG PIRQUE	D. Cristian Rosenthal	Presidente
8	Vinos de Chile	Dña. Elisabeth Díaz	Gerente de Mercado Interno
9	FEDETUR	Dña. Andrea Wolleter	Gerente
10	ACHET	Dña. Soledad Díaz	Jefa de Proyectos y Estudios
11	Chile Valora	Dña. Silvia Ruz	Jefa de Competencias Laborales
12	Fundación Imagen Chile	Dña. Myriam Gómez	Directora Ejecutiva
13	Asociación de Guías Turísticos Profesionales Valle Central	D. Jaime Valenzuela	Vice Presidente
ENCARGADOS MUNICIPALES DE TURISMO			
1	CASA DEL MAIPO	Dª Jennifer Peña	Encargado de Enoturismo Isla del Maipo; Desarrollo Económico Local
2	Ruta de la Vid	Dª Vera Fikarova	
3	Municipalidad de Paine	D. Mario Gavilan	Desarrollo local
4	Municipalidad El Monte	Dª Yohana Reyes	Desarrollo local
5	Municipalidad de Buin	Dª Mariela Torres	Desarrollo local
6	Municipalidad de Pirque	D. Aaron Toledo	Coordinador de turismo
VIÑAS CON ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA			
1	Viña Ventisquero	Dña. Josefina Vial	Jefa de Turismo

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ENTREVISTAS PARA EL MAPA OCUPACIONAL			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
2	Viña Santa Rita	Dña. Francisca Muñoz Viu	Gerente de Turismo
3	Viña Concha y Toro	D. Leonardo García Guiu	Jefe de Operaciones
4	Viña Undurraga	Dña. Nora Gutierrez	Gerente de Turismo
5	Viña Tarapacá	Dña. Claudia Díaz	Jefe de Relaciones Públicas
6	Viña Perez Cruz	Dña. M ^a José Concha	Jefe de Turismo
7	Viña Miraflores	Dña. Carmen Paz Bahamondes	Tourism and Hospitality Manager
8	Viña Monte María	D. Ivan Silva	Gerente
9	Viña Doña Javiera	D. Juan Pablo Yavar	Product Manager
10	Viña Santa Carolina	D ^a Andrea Morris	Hospitality
11	Viña Haras de Pirque	D ^a Anais Recine	Responsable enoturismo
12	Viña Aquitania	D. Eduardo Solminihac	Propietario
OFERTA COMPLEMENTARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS			
1	Escuela de los Sentidos	D. Pascual Ibañez	Socio Director
2	Hostal Gran Reserva	Dña. Margarita Montalva	Propietaria
3	Valle del Maipo Tours	Dña. Meriyou Rojas	Propietaria
4	VINOLIA	D. Cristóbal Luna	Propietario
5	Food Trip Catálogo Productos Turísticos Innovadores	D. Jose Miguel Dominguez	Gerente
6	NOVOJET	D. Eduardo Raby	
7	Turistiko		
8	La Calma de Rita	D ^a Claudia Toro	Encargada
9	El Pollo Tono	D. Cristian Cobos	Encargado
CENTROS DE OFERTA FORMATIVA			
1	Instituto del Medio Ambiente IDMA	D. Mario Nuñez Apiolaza	Jefe de Estudios
2	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA	Mafi Sandoval	Jefa de carrera de Ingeniería en Gestión Turística
3	INACAP	D. Franklin Carpenter	Director Área Gastronomía, Hotelería y Turismo
4	INACAP	D. Ricardo Rioseco	Gerente de Innovación y Productos
5	Universidad del Pacífico	Dña. M ^a Teresa Cagalj	Jefa de Carrera de Ingeniería en Gestión Turística y Directora de la Escuela de Formación Técnica
6	WINE Institute	Dña. Luciana Cabanillas	Encargada Área de Marketing
7	Universidad Diego	D. Rodrigo Moreno	Director de Ingeniería Comercial

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ENTREVISTAS PARA EL MAPA OCUPACIONAL			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
	Portales		
8	Universidad San Sebastián	D. Francisco Santamaría D ^a . Carolina Pastén Rivera	Director Carrera Ingeniería
9	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	D ^a Claudia Collipal	Jefa de Carrera Turismo Sustentable
10	INSTITUTO INTERNACIONAL DE ARTES CULINARIAS Y SERVICIOS. CULINARY CENTER	Dña. Josefina Karelovic	Extensión y Capacitación
11	Pontificia Universidad Católica		
12	Universidad de Talca	D ^a Anyelina Riveros	Grado de Enología

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANEXO 2/ PROGRAMAS INTERNACIONALES DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DE CAPITAL HUMANO

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO

Se ha realizado un trabajo de identificación de las *tendencias a nivel internacional de programas de desarrollo de capacidades del capital humano* existentes para el impulso competitivo de actividades relacionadas con el enoturismo.

A continuación, se presenta el resultado de un análisis de algunas experiencias clave identificadas vigentes en la actualidad.

CAPACITACIÓN EN ESPAÑA

Los programas identificados y caracterizados en España son los siguientes:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España
NOMBRE DEL PROGRAMA
Plan de Formación Integral del Enoturismo
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Asociación Española de Enoturismo. Está integrada por 193 socios. Los miembros son viñas, restaurantes, hoteles, casas rurales, spas y otros perfiles de empresas de oferta complementaria, como campos de golf de todos los valles vinícolas de España.
OBJETIVO DEL PROGRAMA
El Programa señala que las competencias profesionales desplegadas por los profesionales del enoturismo inciden sobre: <ul style="list-style-type: none">• La calidad de la experiencia enoturística del cliente.• La competitividad del destino turístico donde se ubica la experiencia enoturística.• El posicionamiento y la imagen de la marca región y marca país. También señala que los recursos humanos tienen el papel esencial en la creación de valor, ya que las personas son el único factor capaz de generar experiencias enoturísticas diferentes, únicas, cercanas y personalizadas. Por ello, los profesionales que diseñan, organizan, promocionan, comercializan e implementan enoturismo necesitan capacitarse en materias que les permitan desempeñar con éxito su función, contribuyendo a la mejora de la competitividad de los negocios, y por extensión del sector enoturístico de España. En este contexto, el Plan de Formación Integral del Enoturismo tiene como objetivo ofrecer una capacitación y cualificación de alto nivel para la profesionalización del capital humano en las técnicas,

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

conocimientos, habilidades y competencias necesarias, con el fin de dirigir y gestionar la oferta de valor enoturística de empresas, instituciones y destinos enoturísticos, sustentadas en principios de sostenibilidad, innovación y excelencia.

Con esta formación especializada se persigue:

- Contribuir a posicionar España como referente en enoturismo.
- Desarrollar, por medio de un capital humano cualificado, nuevos modelos de turismo de alto valor añadido, teniendo como hilo conductor la cultura del vino.
- Ofrecer programas de formación especializados y adaptados a las necesidades y especificidades de todo el sector enoturístico.

PÚBLICO OBJETIVO

Los destinatarios de estos cursos son:

- Profesionales del sector del Turismo y la Enología.
- Viñas y otras empresas con actividad enoturística.
- Asociaciones empresariales del sector vitivinícola.
- Territorios vinícolas que desean impulsar un desarrollo económico y un posicionamiento como destinos enoturísticos.
- Asociaciones empresariales del sector turístico que desean una formación específica en enoturismo.
- Estudiantes que desean una especialización en enoturismo.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

30 cursos intensivos dirigidos a profesionales. Son los siguientes:

Cultura del Vino

1. Cultura, gastronomía y enología: la puesta en valor a través del turismo sostenible
2. Aprendiendo a amar la cultura del vino

Estrategia y Gobernanza

3. El EnoTurismo como modelo de Negocio
4. Dirección y gestión del EnoTurismo
5. Guía de EnoTurismo

Comunicación Corporativa

6. Gestión de la Comunicación Corporativa y Branding 3.0
7. Imagen Corporativa y Posicionamiento de Marca

Marketing

8. Introducción al Marketing de Empresas Enoturísticas
9. Cómo se elabora un Plan de Marketing Enoturístico
10. Marketing estratégico de empresas Enoturísticas
11. Marketing estratégico de Destinos Enoturísticos
12. Diseño de Productos Enoturísticos
13. Comportamiento del consumidor y segmentación de mercados

Marketing Digital

14. La Digitalización del negocio de EnoTurismo
15. Estrategia de Presencia en Redes Sociales

Planificación del EnoTurismo

16. Planificación de la Oferta de Valor a través de la metodología Service Design
17. Cómo convertir Productos en Experiencias
18. Gestión de Proyectos de EnoTurismo

Calidad de Servicio

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

19. La experiencia de Cliente en la Visita a la Viña
20. Parametrización de la Calidad de Servicio

Gestión Comercial

21. Cómo vender más vino a través del EnoTurismo
22. Comercialización y Distribución: Técnicas y Gestión
23. El Papel del Merchandising en la Comercialización

Promoción y Comunicación

24. Estrategias para la Promoción de empresas enoturísticas
25. Estrategias para la Promoción de destinos Turísticos

Gestión Económico-Financiera

26. Gestión Económico-Financiera: Conceptos clave para gestión del EnoTurismo como actividad Económica

Habilidades Profesionales y Directivas

27. Comunicación eficaz en la visita guiada
28. Dirección de Equipos de Trabajo
29. Negociación Estratégica
30. Programa de Desarrollo de Competencias Directivas

METODOLOGÍA

La metodología empleada se sustenta en el aprendizaje práctico orientado a resultados, incorporando modelos de gestión actuales y avanzados en cada materia.

Comprende una parte teórico-conceptual necesaria para la adquisición de conocimientos basados en tendencias de gestión, y una parte práctica donde se aplican -a través del método del caso y el trabajo en equipo- los conocimientos, habilidades y actitudes a entrenar.

Durante su desarrollo, la dinámica interactiva y participación de los participantes aportando su experiencia y conocimientos, enriquecen el aprendizaje y convierten el curso en un estimulante espacio de gestión del conocimiento.

Cada acción formativa se diseña a medida, en base a las necesidades e intereses específicos de cada tipología de destinatarios, ya sean viñas, museos del vino, destinos u otras entidades enoturísticas.

Las claves de la metodología son la siguientes:

- Aprendizaje práctico: enfoque práctico, orientado a resultados y óptimo desempeño de las funciones requeridas en cada puesto de trabajo, incorporando para ello los modelos de gestión más actuales y avanzados en cada materia.
- Visión estratégica: pensamiento estratégico dirigido a la creación de valor.
- Innovación y creatividad: aplicadas al aprendizaje, a la metodología y al desarrollo del trabajo individual y en equipo de los participantes.
- Benchmarking: conocimiento y análisis de experiencias reales y las mejores prácticas empresariales e institucionales.
- Management: modelos de gestión más actuales y avanzados.

ENLACE WEB

www.formacion@aee-gob.org

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en **crear una Asociación de Enoturismo**, de carácter local, regional o nacional, cuyo objetivo consista en promover el desarrollo del sector y realizar actividades de capacitación y de investigación en el ámbito del turismo del vino.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez creada una Asociación, el siguiente reto consiste en diseñar una **orientación estratégica adecuada para impulsar el desarrollo competitivo del sector**. Y derivada de esta orientación estratégica, **definir actividades operativas** consistentes en formación, asesoramiento, proyectos de investigación y acciones conjuntas de diseño de productos enoturísticos y de promoción.

La Asociación puede ser de ámbito local, regional o nacional. La existencia de varias Asociaciones que desarrollen su actividad en los diversos ámbitos territoriales no es incompatible entre sí.

La principal barrera para avanzar en este reto es la falta de asociatividad entre las viñas. Existe un arraigado individualismo en el sector, que impide la definición y desarrollo de proyectos de cooperación entre viñas. Sin embargo, el negocio del enoturismo requiere de fuertes dinámicas de cooperación entre los diversos agentes y empresas de la cadena de valor, para impulsar rutas y posicionar una imagen de marca fuerte en el mercado internacional relacionada con el territorio, la cultura, y el patrimonio como contexto en el que se ha desarrollado durante años la experiencia del vino.

Por último, se debe afrontar el reto de **diseñar un Programa formativo amplio**, con contenidos de carácter estratégico y operativo, dirigido a facilitar el acceso a la formación a propietarios, directores y gerentes de negocios relacionados con el enoturismo, y al personal técnico encargado de la prestación de los servicios al cliente, como guías de turismo, guías de vino, vendedores de servicios turísticos relacionados con el enoturismo, etc.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España. Cataluña
NOMBRE DEL PROGRAMA
Máster Erasmus Mundus en Innovación en Enoturismo (WINTOUR)
INSTITUCIÓN COMPETENTE
URV - Universitat Rovira i Virgili (Cataluña)
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>El máster Erasmus Mundus en Innovación en Enoturismo (Erasmus Mundus Master on Wine Tourism Innovation - WINTOUR) ofrece un programa de estudios integrado que combina la experiencia en los campos del turismo y la enología de tres universidades y regiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la Universitat Rovira i Virgili (URV, España), - la Université de Bordeaux (UB, Francia) y - la Universidade do Porto (UP, Portugal). <p>Estas Universidades están situadas en zonas de gran atractivo turístico, reconocido con el sello de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y con una larga tradición en la producción de vinos de distintos tipos como espumosos, fortificados, tintos y dulces.</p>
PÚBLICO OBJETIVO
<p>El programa Wintour está dirigido a la preparación de profesionales ampliamente capacitados y altamente adaptables y cualificados para promover innovaciones en el desarrollo del turismo del vino que generen valor añadido a través del aumento de los ingresos y el reconocimiento de este sector.</p> <p>El programa cubre la ausencia de una nueva profesión que requiere conocimientos multidisciplinarios y multisectoriales y que comprende los procesos de elaboración del vino y la gestión del turismo de una forma holística. Una formación práctica de alta calidad en espíritu y gestión empresarial se proporciona mediante la participación de los estudiantes en prácticas en el sector no académico.</p> <p>Los estudiantes deben haber completado un grado universitario o un máster (mínimo 180 créditos ECTS¹⁶ en total) en los campos de las Ciencias Sociales (turismo, economía, administración y dirección de empresas, marketing); las Ciencias Naturales y Experimentales (enología, ingeniería agrícola, biotecnología); las Humanidades (lenguas, relaciones internacionales), o estudios estrechamente vinculados a estos ámbitos.</p>
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>El programa docente incluye módulos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - enoturismo y marketing, - elaboración de vinos (con especial atención a los espumosos, tintos, dulces y fortificados) y - patrimonio del vino. <p>También incluye tres tipos distintos de prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - elaboración del vino, - comercialización y - enoturismo. <p>En las prácticas participan activamente los socios no académicos del Programa (Empresas</p>

¹⁶ "European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)". En español "Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos".

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

principalmente).

METODOLOGÍA

El programa formativo es multidisciplinar y multisectorial.

El programa Wintour se estructura en 120 créditos ECTS, que se distribuyen en dos años y cuatro semestres.

Los tres primeros semestres se imparten uno en cada universidad (URV, UB y UP), y el último se dedica a las prácticas finales, que se llevan a cabo en las instalaciones de los asociados, principalmente del sector no académico.

Los estudiantes cursan un bloque común de 90 ECTS y tienen una práctica profesional final orientada al desarrollo del trabajo final de máster de 30 ECTS, en el que deben desarrollar un proyecto relacionado con las competencias adquiridas.

ENLACE WEB

www.urv.cat/es/

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en ***firmar acuerdos internacionales para el intercambio de alumnos de grados universitarios en materia de enoturismo.***

Para el desarrollo de una experiencia de estas características resulta necesario identificar una contraparte en Chile. El perfil de esta contraparte es el de una Universidad con especialidad en vino y/o turismo y con relaciones de investigación y de desarrollo de capital humano para el tejido empresarial de los valles vinícolas chilenos.

Un segundo reto consiste en crear un ***programa específico de becas para que alumnos y profesionales de Chile puedan estudiar enoturismo en cualquier Universidad del mundo especializada en este ámbito, mediante experiencias de intercambio.***

Un tercer reto consiste en certificar el programa de educación mediante intercambio internacional, para que el alumno que lo realiza tenga créditos oficiales dentro del plan de carrera para su licenciatura.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España. Burgos. Región de Castilla y León
NOMBRE DEL PROGRAMA
Master Universitario en Cultura del vino: Enoturismo en la Cuenca del Duero Marketing y Enoturismo
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Universidad de Burgos
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>Se pretende por un lado, que el alumno conozca la amplitud de la disciplina del marketing, que profundice en la idea de la integración del marketing en el conjunto de la organización y profundice cómo se realiza el proceso de toma de decisiones por parte del consumidor enoturista.</p> <p>Por otro lado, familiarizar al alumno con el proceso de implantación de planes estratégicos orientados al mercado y que supone el establecimiento de objetivos y diseñar planes de acción que permitan alcanzar los objetivos corporativos.</p>
PÚBLICO OBJETIVO
Alumnos universitarios de Economía y Administración de Empresas, especialidad Economía y Marketing Vitivinícola.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>PARTE I: ANÁLISIS DEL MERCADO Y DE LA COMPETENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspectos generales del concepto de Marketing en el Enoturismo - Definición y delimitación del mercado de referencia enoturístico - Análisis de la demanda enoturística - Análisis de la competencia enoturística - Evaluación del atractivo del mercado enoturista - Segmentación del mercado enoturista - Análisis del comportamiento de compra del consumidor enoturista y de las organizaciones enoturísticas - La investigación de mercados en el Enoturismo <p>PARTE II: DIAGNÓSTICO Y ELECCIÓN DE UNA ESTRATÉGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico estratégico - Elección de una estrategia orientada al mercado enoturista
METODOLOGÍA
<p>La metodología incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clases teóricas - Seminarios - Defensa de trabajos - Trabajos personales dirigidos - Trabajos personales autónomos
ENLACE WEB

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

<file:///C:/Users/carlosdiez/Downloads/guiadocente.pdf>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en que **el Sistema Educativo Universitario certifique a nivel nacional Masters Universitarios para la especialización en enoturismo de alumnos egresados en carreras como “Gestión Turística”, “Viticultura y Enología”, “Ingeniero Comercial”, y otras.**

Resulta necesario desarrollar mallas curriculares específicas en materias como marketing digital para negocios de servicios turísticos, como gestión de negocios turísticos, como bodeguitas y comercio internacional de productos y servicios enoturísticos, y como desarrollo competitivo territorial.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España
NOMBRE DEL PROGRAMA
Fábrica de enoturismo
INSTITUCIÓN COMPETENTE
EnoDestino. Agencia de Enoturismo
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>Programa de Formación en Hostelería y Vino.</p> <p>EnoDestino lleva años recopilando encuestas de satisfacción de enoturistas. Todos coinciden en lo mismo: lo que más les gusta a los enoturistas es “EL TRATO RECIBIDO”.</p> <p>El trato que se presta a los clientes enoturistas no es una cualidad innata de los trabajadores. No debe dejarse al libre albedrío de cada uno de los profesionales que prestan los servicios enoturísticos. La empresa de enoturismo debe de dar una imagen, un servicio único, siempre y en todo momento.</p> <p>El lema de este Programa de formación es que “El sentido común es el menos común de todos los sentidos”. Por ello, propone acciones de capacitación del capital humano de las empresas especializadas en enoturismo.</p>
PÚBLICO OBJETIVO
Profesionales de empresas de servicios enoturísticos
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>Programa formativo de Comunicación presencial y virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Transmitimos correctamente el mensaje? - ¿Vender es lo mismo que invitar a comprar? - Jugamos a fidelizar <p>Jornadas de Sensibilización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yo el mejor. - Sólo o todos juntos <p>Técnicas de servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cata de vino, análisis sensorial - Servicio del vino - Maridaje
METODOLOGÍA
La metodología empleada el curso presencial dirigido a profesionales del enoturismo.
ENLACE WEB
www.f http://enodestino.com/la-fabrica-de-enoturismo
RETOS PARA APLICAR PROGRAMA DE ESTE PERFIL EN VALLE DEL MAIPO
El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en la promoción de emprendimientos relacionados con los servicios de formación y de asesoramiento especializados en la industria del enoturismo .

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Toda industria necesita un conjunto de servicios complementarios que contribuyan al desarrollo de la actividad principal del sector. En este caso, el negocio del turismo del vino necesita de capital humano profesional especializado en turismo y en vino. La formación Universitaria y de cuarto medio no es suficiente para formar al capital humano necesario en un ámbito de negocio continuamente cambiante. Resulta necesario formar a los profesionales a lo largo de toda la vida de su desarrollo profesional.

Y para avanzar en esta dirección, se debe favorecer la creación de negocios de formación, asesoramiento y prestación de servicios auxiliares al enoturismo.

El segundo reto consiste en ***orientar adecuadamente la malla de oferta de servicios de capacitación y asesoramiento de las empresas de servicios al enoturismo***, para incidir en aquellos ámbitos de intervención que resultan claves para el turismo del vino, como la innovación, la calidad, la gestión, la internacionalización o la cooperación. ***Los programas de financiamiento de la formación (SENCE, CORFO, SERNATUR, SERCOTEC, etc.) pueden ayudar a financiar programas de formación prestados por empresas de servicios expertos en ámbitos clave para el enoturismo.***

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España
NOMBRE DEL PROGRAMA
Curso Especialista en Enoturismo
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Asesores de Turismo. Centro Docente y de asesoramiento especializado
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>1. La obtención del título de Especialista en Enoturismo dota a los alumnos de un conocimiento especializado en el sector enoturístico, así como las habilidades necesarias para poder desarrollar diferentes trabajos relacionados con el sector con solvencia: complejos enoturísticos, viñas, museos, oficinas de turismo y destinos locales.</p> <p>2. En términos específicos se forman profesionales capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer su actividad como guía de enoturismo, tanto en viñas como en complejos enoturísticos, planificando, realizando rutas y ejerciendo como guía en las rutas proyectadas. • Conocer y comercializar el mundo del vino en todas sus fases. • Planificar, promocionar e informar sobre destinos turísticos de base territorial, guiando y asistiendo a viajeros y clientes en los mismos. • Ejercer su actividad en el sector turístico, entendido éste en su sentido más amplio, lo que incluye todo tipo de eventos, terminales de viajeros y empresas de transporte, además de las áreas turísticas tradicionales, como destinos y puntos de información entre otros. • Capacitar para la creación e implantación de planes y actividades de desarrollo locales, ligados al sector.
PÚBLICO OBJETIVO
<p>Personas con interés de desarrollar su actividad profesional en el enoturismo.</p> <p>Los puestos de trabajo más relevantes que puede desempeñar este capital humano cualificado son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable del departamento de Enoturismo. • Guía de Enoturismo. • Gestor de destinos enoturísticos. • Informador Turístico. • Promotor Turístico. • Agente de Desarrollo Turístico Local. • Organizador de Eventos enoturísticos, etc.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>Los contenidos del programa son modulares, en función del grado que se dese realizar. Los contenidos de cada módulo son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Itinerario Especialista en Guía de Enoturismo (PARTE 1). 300 horas <ul style="list-style-type: none"> ○ Procesos del Guía de Enoturismo. ○ Contexto del Guía Turístico. • Itinerario Especialista en Enoturismo (COMPLETO). 500 horas

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Dirección de empresas de enoturismo.
- Gestión de destinos enoturísticos.
- Procesos de Guía enoturístico.
- Contexto del Guía turístico.
- Itinerario Especialista en Gestor de Destinos y Dirección de empresas de enoturismo. (PARTE 2). 200 horas
 - Dirección de empresas de enoturismo.
 - Gestión de destinos enoturísticos.

Se adjunta link a los contenidos del programa formativo.

https://www.asesoriadeturismo.com/wp-content/uploads/2017/04/PROGRAMA_ESPECIALISTA-EN-ENOTURISMO-WEB.pdf

METODOLOGÍA

Este título se imparte de forma presencial.

Se aplica una metodología experiencial y participativa:

- Experiencial por el grado de profesionalización del profesorado, que aporta su experiencia al alumnado en un sector donde ésta es de vital importancia.
- Y participativa porque los role play y la participación del alumno es imprescindible ante el ejemplo de situaciones a los que tendrá que hacer frente en el ámbito profesional. Se realizan actividades en vivo, en viñas, museos, viñedos, enotecas, etc.

ENLACE WEB

<https://www.asesoriadeturismo.com/titulo-especialista-en-procesos-de-guia-enoturistico/>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El reto esencial a nivel local que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en **trabajar con emprendedores**. Se debe capacitar a emprendedores con interés en promover negocios a nivel local, de apoyo y asesoramiento a los negocios enoturísticos. Para ello, es pertinente **formar técnicos especialistas en capacitación y en prestación de servicios de formación, coaching, mentoring y asesoramiento en las especialidades de turismo y vino**, que vayan a desarrollar su actividad profesional a nivel local.

También resulta pertinente capacitar a emprendedores de servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC y en Gestión de Redes Sociales especializados en comercialización de productos y servicios turísticos relacionados con el vino. La razón es que la comercialización del turismo está creciendo a través de las TICs y las redes sociales en los últimos años.

Los programas de financiamiento de la formación (SENCE, CORFO, SERNATUR, SERCOTEC, etc) pueden ayudar a financiar programas de formación para la capacitación de estos profesionales.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CAPACITACIÓN EN ARGENTINA

Los programas identificados y caracterizados en Argentina son:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Argentina. Programa dirigido para todas las regiones vinícolas de Argentina
NOMBRE DEL PROGRAMA
Directrices de Gestión Turística para Bodegas
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Ministerio de Turismo de Argentina
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>El Programa de Directrices es una pauta voluntaria de acción para las empresas que, bajo la forma de recomendaciones y especificaciones técnicas extraídas de la experiencia y de los avances tecnológicos y científicos, se adapta a múltiples realidades.</p> <p>En tal sentido, su diseño y posterior aplicación en las actividades del sector turístico procura alcanzar los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a los responsables de las viñas sobre los aspectos mínimos que deberían tener en cuenta en la gestión turística. • Mejorar la organización y la gestión del Área de Turismo de la Bodega, ayudando a adoptar pautas de actuación que se conviertan en herramientas prácticas y efectivas que fortalezcan y faciliten la gestión del turismo a nivel local. • Apoyar a las viñas en la gestión de la actividad turística a través de una herramienta práctica que contemple de manera integral los siguientes aspectos: el marketing enoturístico, las relaciones entre los actores, la gestión del capital humano, la gestión de la calidad y la adecuación de los espacios de visita y uso para los visitantes. • Promover la adopción e intercambio de Buenas Prácticas entre las diferentes áreas de turismo de las viñas. <p>El programa de Directrices incluye una herramienta para la autoevaluación de líneas de negocio de enoturismo. El propósito de la Autoevaluación es fomentar en las Áreas de Turismo de las Bodegas (ATB) el análisis interno de las actividades y sus resultados, con el objeto de identificar los puntos fuertes y débiles, y determinar las correspondientes Directrices a implementar.</p>
PÚBLICO OBJETIVO
Empresas de turismo del vino o enoturismo.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>II. Directrices de Gestión Turística para Bodegas</p> <p>1 Directrices Referidas al Marketing Enoturístico</p> <p>1.1 Desarrollo del producto enoturístico</p> <p>1.2 Análisis del mercado</p>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- 1.3 Comercialización del producto enoturístico
- 2 Directrices Referidas a la Participación y Cooperación
 - 2.1 Articulación del Cluster enoturístico
 - 2.2 Responsabilidad e inversión social y ambiental
- 3 Directrices Referidas al Capital Humano
 - 3.1 Prestación profesional del servicio
 - 3.2 Capacitación del personal
- 4 Directrices Referidas a la Calidad de la Gestión
 - 4.1 Dirección estratégica
 - 4.2 Servicios al visitante
 - 4.3 Herramientas de soporte a la gestión
- 5 Directrices Referidas a los Espacios de Visita y Uso
 - 5.1 Área de uso turístico
 - 5.2 Uso de los espacios
 - 5.3 Condiciones de seguridad

III. Guía de Autoevaluación

El Programa de Directrices incluye una herramienta de autoevaluación de los negocios enoturísticos. Esta herramienta facilita a las empresas:

1. Obtener una primera impresión sobre el estado de las Áreas de Turismo de las Bodegas.
2. Brindar una oportunidad para aprender más sobre sí mismo.
3. Identificar las características comunes de las Áreas de Turismo de las Bodegas.
4. Facilitar las actividades de benchmarking entre diferentes Áreas de Turismo de las Bodegas

METODOLOGÍA

Por lo general se busca que el programa tenga una duración de 3 o 4 meses. Pero depende de la poca de vendimia, temporadas, y madurez del destino.

La implementación del programa se desarrolla a través de **jornadas de capacitación en conjunto** como de **asistencias técnicas individuales** (esto es, reuniones en privado con cada área de turismo de las viñas en el seno de las empresas para realizar una asistencia dirigida, pormenorizada)

El cronograma de trabajo es el siguiente:

- **Sesión de Capacitación 1**
- **Asesoramiento Técnico Individual 1**
- **Asesoramiento Técnico Individual 2**
- **Asesoramiento Técnico Individual 3** (ES CLAVE es la última visita antes de la evaluación)
- **Evaluación.** Cierre

A lo largo de la implementación, el empresario debe disponer de un día para capacitaciones grupales. Consiste en una jornada de día completo. El resto de las visitas son asistencias técnicas individuales en sus propias empresas.

En la evaluación, el empresario participante en el programa de Directrices debe presentar una carpeta dando cumplimiento a las directrices.

Si bien son pautas voluntarias de acción, debe presentar evidencias suficientes de implementación para alcanzar el puntaje mínimo exigido.

La directriz al seguro de responsabilidad civil es de cumplimiento obligatorio.

ENLACE WEB

<http://www.turismo.gov.ar/calidad/directrices-de-calidad-turistica-para-bodegas>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en el **diseño por parte de la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de Chile de un Programa de promoción de la Calidad en la Gestión de negocios turísticos.**

El Programa incluye herramientas para asesorar a los negocios enoturísticos en su nivel de competitividad. Sobre esta base, analizar los puntos débiles de la posición competitiva del negocio de enoturismo, y en consecuencia la definición de líneas de actuación y de itinerarios de formación dirigidos a los gestores de los negocios.

El segundo reto consiste en **convencer y atraer a los gestores de las viñas y de los negocios de turismo del vino para que realicen formación especializada en gestión y en mejora de la calidad de sus productos enoturísticos.** Este es un reto importante, ya que no se trata de formar a Guías de Turismo del vino, sino en capacitar a gestores de negocios de turismo especializados en el mercado del enoturismo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CAPACITACIÓN EN FRANCIA

Los programas identificados y caracterizados en Francia son:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Francia. Suze-la-Rousse. Región Rhône-Alpes. Francia
NOMBRE DEL PROGRAMA
Sumiller-asesor bodeguista
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Université du Vin de Suze-la-Rousse
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Certificado profesional registrado en el Registro Nacional de Certificaciones Profesionales (RNCP).
PÚBLICO OBJETIVO
Profesionales del vino y del turismo del vino o enoturismo.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>El sumiller-asesor y el bodeguista ejercen las siguientes actividades:</p> <p>a) Gestión de la viña en restaurante o en tienda: Selecciona vinos y bebidas alcohólicas, ordena, recibe y controla la disposición de las mercancías y lleva los registros de viña.</p> <p>b) Presentación de los vinos y de las otras bebidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En restauración elabora y actualiza la carta de vinos, instaura la carta del día y verifica las disponibilidades, verifica y dispone el material de servicio, trabaja las armonías de los platos y de los vinos, desarrolla una argumentación comercial, sirve las bebidas, conduce al personal colaborador - En tienda de venta mantiene al día y actualiza las referencias, establece o participa en la elaboración de los documentos comerciales, organiza y abastece el espacio de venta. Define asesorías de servicio, de consumo y de guardia, desarrolla una argumentación comercial y anima las ventas <p>c) Recepción, asesoría, servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El Sumiller-asesor refleja la imagen del establecimiento, toma el pedido, presenta, descorcha y sirve en las reglas del arte el vino y las otras bebidas. - Garantiza funciones de promoción y de comunicación en el establecimiento: anima las degustaciones, reuniones, operaciones de comunicación a través de un discurso basado en la calidad, las características y la tipicidad de los productos predicando la moderación. - Realiza operaciones de enoturismo valorizando los aspectos patrimoniales y culturales. <p>El titular de la certificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domina los métodos de degustación, de selección de los vinos y otras bebidas espirituosas - Domina las técnicas de conservación y de almacenamiento de los vinos - Utiliza perfectamente el vocabulario vitivinícola, - Domina las técnicas de recepción, servicio y asesoría de los clientes (carta de vinos, precio de venta, tecnología, materiales y gestos de servicio, etc.)

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Lleva a cabo una conversación fundada con la clientela
- Aplica las bases del derecho del consumo, de la reglamentación fiscal, de la reglamentación de los despachos de bebida
- Aplica las reglas económicas de transacción comercial y las técnicas promocionales para la venta de los vinos y bebidas espirituosas
- Participa en la contratación de sus colaboradores aplicando los principios del derecho social

METODOLOGÍA

Los sectores o tipos de empleos accesibles al titular de este grado, título o certificado son los siguientes:

Restauración - Distribución tradicional (bodeguista y ultramarinos)

- Grande y mediana distribución
- Bodeguillas de venta de los dominios vitícolas
- Bodegas cooperativas
- Empresas de negocio
- Agencias comerciales
- Agencias de comunicación, eventos, salones profesionales
- Espacios comerciales, promocionales
- Actividades culturales y turísticas (enoturismo)

Sumiller - Vendedor/Vendedora de vinos y espirituosos

- Bodeguista/Jefe bodeguista
- Catador / Catadora
- Agente comercial
- Comisionado(a)
- Animador(a)
- Guía turística
- Agente comercial

ENLACE WEB

<http://www.universite-du-vin.com/>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en que **capacitar a los Guías turísticos para que sepan sobre vinos locales**.

Se trata de que los Guías turísticos adquieran competencias de sumiller y conocimientos sobre la cultura del vino, para que puedan transmitir esos conocimientos a los visitantes de las viñas.

La situación en la actualidad es que los Guías turísticos que operan en el Valle del Maipo tienen un conocimiento limitado sobre las características y la historia de los vinos locales. Es por ello que la región tiene el reto de capacitar a guías con conocimiento y experiencias sobre los vinos locales.

Un segundo reto consiste en **capacitar a los guías locales sobre los vinos de las regiones vitivinícolas más prestigiosas del mundo**. La situación actual es que los guías, en general, no han adquirido un conocimiento suficiente, ni han probado, los vinos de diferentes regiones vinícolas a nivel internacional. Es por ello que no tienen las habilidades para transmitir a visitantes extranjeros, que, si han probado los vinos de diversas regiones del mundo, las características diferenciales de los vinos chilenos en general, y de los del Valle del Maipo en particular.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CAPACITACIÓN EN NUEVA ZELANDA

Los programas identificados y caracterizados en Nueva Zelanda son:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Nueva Zelanda. Christchurch. Lincoln. Región de Canterbury
NOMBRE DEL PROGRAMA
Grados Universitarios
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Centre for Viticulture and Oenology. Universidad Lincoln (Lincoln University)
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Formar profesionales.
PÚBLICO OBJETIVO
Alumnos universitarios.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Los grados universitarios con potencial relación con el enoturismo son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Grado en Gestión Turística. • Grado en Viticultura y Enología
METODOLOGÍA
Cualificación con contenidos teóricos y prácticos a nivel universitario.
ENLACE WEB
http://www.lincoln.ac.nz/
RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO
El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en crear Escuelas de Enología y Enoturismo que diseñen y desarrollen planes formativos universitarios certificados en el ámbito específico del enoturismo.
El segundo reto consiste en dar prestigio a la Escuela mediante el desarrollo de unos programas formativos de alta calidad, en los que participe profesorado invitado de nivel internacional.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Estados Unidos (USA)
NOMBRE DEL PROGRAMA
Programa de Cursos
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Napa Valley Wine Academy
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Destinado a proporcionar una educación de alta calidad y una cualificación muy solicitada en vinos y espirituosos
PÚBLICO OBJETIVO
Miembros del comercio del vino (o de los que se proponen unirse a él), así como para el consumidor de vino interesado. Los cursos también están dirigidos para educadores y para estudiantes a sumiller.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Los cursos que se ofrecen, entre otros, son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Educación en vinos y bebidas alcohólicas. • Especialista certificado en vino. • Escuela del Sumiller (SommDay). • Estudios de Vinos americanos. • Estudios de vinos italianos. • Beca de vinos franceses. • El negocio del vino. • Eventos y experiencias.
METODOLOGÍA
Los cursos se imparten de manera presencial y mediante una plataforma de e-learning. Los alumnos que realizan los cursos reciben un Certificado. Se ofrece un cuestionario de autoevaluación "on-line" que permite conocer el perfil del potencial alumno interesado en los cursos, y que recomienda el curso adecuado para realizar.
ENLACE WEB
https://napavalleywineacademy.com/
RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO
El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en diseñar un itinerario formativo integral en el que se desarrollara un conjunto de actuaciones de formación y cursos de capacitación ajustados a las necesidades de los profesionales que se dedican y tienen interés en dedicarse al negocio del turismo del vino.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CAPACITACIÓN EN AUSTRALIA

Los programas identificados y caracterizados en Australia son:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Australia
NOMBRE DEL PROGRAMA
Grados Universitarios
INSTITUCIÓN COMPETENTE
University of Southern Queensland, en colaboración con el Stanthorpe State High School.
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Proporciona educación especializada y programas de formación para la industria del enoturismo
PÚBLICO OBJETIVO
El College imparte formación de secundaria y terciaria en viticultura, enología, turismo, hospitalidad y negocios.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>El programa capacita a los alumnos para que desarrollen su carrera profesional en la industria de la comida, del vino y del turismo, permitiendo a los estudiantes obtener valiosa experiencia para el desarrollo profesional en los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viñedos • Bodegas • Puertas de sótano • Restaurantes y Bares • Cocinas • Eventos • Funciones • Experiencias de agroturismo • Puerta de la granja / venta al por menor • Mercados de alimentos • Productores / productores de alimentos • Operaciones turísticas
METODOLOGÍA
<p>Se capacita a los jóvenes para orientarles profesionalmente hacia alguno de los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Young Winemaker Program (Programa de Joven Productor de Vino): Inicio en la carrera del vino • Programa Chef Joven: comienzo principal a una carrera en la gastronomía • Young Host Program (Programa de Anfitrión Joven): comienzo a una carrera en servicio al cliente • Young Wine Scientist Program (Programa de Joven Científico del Vino): comienzo principal a

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

una carrera en la ciencia del vino.

ENLACE WEB

<http://qcwt.com.au/>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en **facilitar la cooperación entre Universidades y Centros de Formación Profesional para orientar a los jóvenes profesionalmente** hacia el desarrollo potencial de su actividad profesional en el enoturismo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN

Adicionalmente, se ha realizado un trabajo de identificación de las *tendencias a nivel internacional de certificaciones de nuevas profesiones y ocupaciones* relacionadas con el sector enoturístico.

A continuación, se presenta el resultado de un análisis de las experiencias clave identificadas vigentes en la actualidad.

CERTIFICACIÓN EN EUROPA

Los programas de certificación identificados y caracterizados en España son:

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PROFESIONES Y OCUPACIONES RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Europa
NOMBRE DEL PROGRAMA
Suplementos Europass de los certificados de profesionalidad
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional CEDEFOP. Comisión Europea.
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Europass es el Marco Comunitario Único para la transparencia de las cualificaciones y competencias establecido por la Decisión 2241/2004/CE del Parlamento Europeo y el Consejo, para facilitar la movilidad, tanto con fines de aprendizaje permanente como con fines profesionales, entre países y entre sectores.
PÚBLICO OBJETIVO
Ciudadanos de toda la Unión Europea
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Europass se compone de cinco documentos. Dos de ellos se cumplimentan, directamente, por los ciudadanos: <ul style="list-style-type: none">• el CV_Europass y• el Pasaporte de Lenguas Europeas Otros tres los elaboran las autoridades competentes: <ul style="list-style-type: none">• el Suplemento Europass al Título/Certificado,• el Suplemento Europass al Título Superior y

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- el Documento de Movilidad Europass.

El responsable de Europass a nivel europeo es el Cedefop (Centro Europeo para el desarrollo de la Formación Profesional).

METODOLOGÍA

Suplemento Europass a los Certificados de Profesionalidad

El Suplemento Europass es un documento informativo e institucional adjunto a una acreditación oficial de Formación Profesional.

Su objetivo es fomentar la transparencia y facilitar la comprensión a terceros, en particular a empleadores o instituciones de otro país, del significado de las competencias adquiridas por su titular.

El Suplemento Europass no es un sustituto del título oficial sino un complemento informativo en inglés y otras lenguas europeas.

Contiene información sobre:

- competencias y resultados de aprendizaje adquiridos,
- conjunto de empleos accesibles,
- organismos de expedición y acreditación,
- formas de obtener el Certificado o Título,
- nivel internacional del mismo,
- requisitos de entrada y posibilidades de acceso a otras acreditaciones oficiales.

El europass certifica familias profesionales. Las familias profesionales relacionadas con el enoturismo que se certifican a nivel europeo por parte de este programa son las siguientes:

Familia Profesional Hostelería y Turismo (HOT)

- Venta de productos y servicios turísticos
- Sumillería

Familia Profesional de Industrias alimentarias (INA)

- Industrias derivadas de la uva y del vino
- Enotecnia

ENLACE WEB

https://www.sepe.es/contenidos/personas/formacion/certificados_de_profesionalidad/suplementoseuropass.html

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

Europass utiliza un conjunto de herramientas estandarizadas, como formatos de Curriculum Vitae y otros, para su uso a nivel internacional en todos los países de la Unión Europea.

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en **diseñar un conjunto de herramientas estándar en Chile para que los profesionales y las empresas intercambien una información adecuada y de mayor calidad, sobre su experiencia profesional y las características de las ofertas de empleo**. Las herramientas han de estar dirigidas a facilitar a los profesionales y empresas la organización de su información relacionada con su educación, experiencia, trabajos realizados, habilidades técnicas y sociales para el desarrollo de actividades profesionales.

Resulta posible utilizar como referencia el sistema Europass para el diseño del conjunto de herramientas que ayuden a homologar las certificaciones de profesionalidad de todas las profesiones que tengan relación con la cadena de valor del enoturismo.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CERTIFICACIÓN EN ESPAÑA

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PROFESIONES Y OCUPACIONES RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
España
NOMBRE DEL PROGRAMA
Certificados de profesionalidad
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Gobierno de España
OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>Los certificados de profesionalidad, regulados por el Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, son el instrumento de acreditación oficial de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales en el ámbito de la administración laboral.</p> <p>Estos certificados acreditan el conjunto de competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral identificable en el sistema productivo sin que ello constituya regulación del ejercicio profesional.</p>
PÚBLICO OBJETIVO
Tienen carácter oficial y validez en todo el territorio nacional y son expedidos por el SEPE y los órganos competentes de las Comunidades Autónomas.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
<p>Se obtienen a través de dos vías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superando todos los módulos que integran el certificado de profesionalidad. • Siguiendo los procedimientos establecidos para la evaluación y acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o de vías no formales de formación.
METODOLOGÍA
<p>Los Certificados de profesionalidad se conceden por familias profesionales.</p> <p>Una familia profesional es un conjunto de cualificaciones en las que se estructura el <i>Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales</i>, atendiendo a criterios de afinidad de la competencia profesional.</p> <p>La relación de familias profesionales se establece en el Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y en el Real Decreto 1416/2005, de 25 de noviembre, que lo modifica.</p> <p>Las familias profesionales se componen de áreas profesionales. Se entiende por área profesional un ámbito de actividades productivas afines que conlleva un desarrollo profesional homogéneo dentro de una familia profesional y de los conocimientos y habilidades que son necesarios para alcanzarlos. Se caracteriza por la relación entre las actividades profesionales, el uso de las tecnologías, la circulación de la información, el lenguaje, los tipos de productos y las habilidades y conocimientos que se desarrollan.</p> <p>Los certificados de profesionalidad existentes para profesiones relacionadas con el enoturismo son los siguientes:</p> <p>Familia Profesional Hostelería y Turismo (HOT)</p>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Venta de productos y servicios turísticos
- Creación y gestión de viajes combinados y eventos
- Sumillería

Familia Profesional de Industrias alimentarias (INA)

- Industrias derivadas de la uva y del vino
- Enotecnia

El sistema de Certificados de profesionalidad del Gobierno de España está armonizado con el sistema europeo de Europass, por lo que la gran mayoría de familias profesionales tienen el mismo contenido.

ENLACE WEB

https://www.sepe.es/contenidos/personas/formacion/certificados_de_profesionalidad/.html

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en **adecuar el Sistema Chileno de Certificados de Profesionalidad a los requerimientos de ocupaciones del sector enoturístico.**

El segundo reto consiste en adecuar las familias profesionales a las que se regula la concesión de certificados de profesionalidad, a las profesiones reales que se desarrollan en la actualidad en el sector enoturístico.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CERTIFICACIÓN EN ARGENTINA

Los programas de certificación identificados y caracterizados en Argentina son:

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PROFESIONES Y OCUPACIONES RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Argentina
NOMBRE DEL PROGRAMA
Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Ministerio de Turismo de Argentina
OBJETIVO DEL PROGRAMA
El principal objetivo del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) es desarrollar la competitividad de las organizaciones turísticas del país a través de la aplicación de estándares de calidad que promueven la preservación de la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental.
PÚBLICO OBJETIVO
Todas las jurisdicciones provinciales y la ciudad de Buenos Aires han adherido voluntariamente al SACT. Son estos actores, los encargados de relevar y hacer llegar las necesidades detectadas en materia de calidad. En el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025 (PFETS) , y de acuerdo a la planificación operativa anual del Ministerio de Turismo, se busca dar respuesta a esas necesidades a través de implementaciones en los destinos.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Una de las herramientas del SACT es el programa de Directrices de Gestión Turística para Bodegas. Este es un programa formativo y de autoevaluación del nivel de desarrollo de los negocios enoturísticos. El Sistema Integral de Gestión Organizacional (SIGO) también es una herramienta de calidad del SACT. La relación completa de las herramientas del SACT es la siguiente. Programas de Calidad del SACT <ul style="list-style-type: none">• Buenas Prácticas• Directrices de Calidad Turística para Bodegas• Directrices de Calidad Turística para Municipios• Directrices para Turismo Familiar• Premio Nacional a la Calidad• Clubes de Excelencia• Directrices para Termas• Directrices de Gestión Turística• Directrices de Gestión Turística de Spa• Normas IRAM Sector• SIGO

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Directrices de Accesibilidad
- Directrices de Gestión Ambiental
- Directrices de Gestión Turística para Ferias de Artesanías
- Programas de Excelencia en Gestión

METODOLOGÍA

La puesta en práctica en terreno de las herramientas del SACT sigue la madurez de la organización y la creciente dificultad de sus diferentes niveles:

- **Nivel Inicial.** Es el primer estadio del proceso de inmersión en la cultura de la calidad y está destinado a organizaciones que comienzan su camino en la calidad. Se facilita una sensibilización primaria a partir de la cual se procura la comprensión de todos los criterios de calidad aplicados a la gestión turística. Implica la facilitación de las metodologías y herramientas del SACT de forma asistida y un intensivo seguimiento por parte de los equipos técnicos de la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística." />
- **Nivel Avanzado.** Es el segundo nivel destinado a quienes trabajan en la estandarización y sistematización de sus procesos de gestión, y requieren de una herramienta concreta que les permita hacerlo de una forma clara y efectiva. Frente a los procesos de mejora continua, la implementación de estas herramientas fortalece y consolida el ordenamiento de la gestión y el sistema de calidad".
- **Nivel de Excelencia.** Se dirige a organizaciones que poseen sistemas de gestión de la calidad consolidados, y que pueden demostrar efectivamente su instauración y correcto funcionamiento en el tiempo.

ENLACE WEB

<http://www.turismo.gov.ar/calidad/calidad-en-turismo>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en **desarrollar un Sistema Chileno de Calidad Turística**.

En la actualidad existe el **Sello Q de calidad Turística**. También existe el **Sello S de Distinción en Turismo Sustentable**. Ambos son de **SERNATUR**.

Se debe avanzar en capitalizar, desarrollar y orientar este sistema hacia la calidad del enoturismo y la gestión sustentable de negocios de viñedos y servicios turísticos, orientándolo hacia el diseño de herramientas concretas que faciliten a las empresas de los diversos rubros de la cadena de valor del enoturismo mejorar la calidad de sus productos y servicios y profesionalizar sus procesos de gestión empresarial.

El segundo reto consiste en **trabajar con estas herramientas desarrolladas, para facilitar al tejido empresarial incrementar sus niveles de calidad en la gestión de las empresas enoturísticas**.

Así, en función de que las empresas fueran utilizando y aplicando los diversos conjuntos de herramientas de mejora de la calidad, de la gestión y de la sustentabilidad, irían ascendiendo en su nivel de certificación de la calidad de sus negocios. Los niveles podrían ser:

- Nivel básico de calidad en la gestión.
- Nivel avanzado de calidad en la gestión.
- Nivel de excelencia de calidad en la gestión.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PROFESIONES Y OCUPACIONES RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Argentina
NOMBRE DEL PROGRAMA
Sistema Integral de Gestión Organizacional (SIGO)
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Ministerio de Turismo de Argentina
OBJETIVO DEL PROGRAMA
El objetivo del programa es conducir a las empresas hacia la modernización a través de un sistema de gestión y de estándares de calidad de nivel internacional que les permita satisfacer las necesidades cambiantes tanto del público interno como el externo. El SIGO promueve la creación de condiciones necesarias para que el personal libere su potencial y realice contribuciones significativas, impulsando a la empresa a incrementar su rentabilidad y competitividad.
PÚBLICO OBJETIVO
Herramienta de gestión destinada a las MIPYMES del sector turístico. Está dirigido a propietarios y directivos de micro, pequeñas y medianas empresas turísticas legalmente constituidas, preferentemente y sin ser limitativos, de los siguientes giros: Propietarios / Gerentes / Directivos <ul style="list-style-type: none"> - Alojamientos - Gastronómicos - Agencias de Viajes y Turismo - Museos Privados - Artesanos aglutinados como empresas - Comercios vinculados a la actividad turística - Bodegas turísticas, SPA, Parques temáticos. - Etc. Para participar del SIGO, debe ser alguien con poder de decisión dentro de la organización.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
El SIGO está integrado por 4 módulos, que son los siguientes: <ol style="list-style-type: none"> 1. MODULO 1: El factor humano de la calidad 2. MODULO 2: El enfoque en el cliente 3. MODULO 3: La gestión de las actividades habituales 4. MODULO 4: La gestión de la innovación y la mejora La implementación de los 4 Módulos tiene una duración de tres meses, periodo en el que las empresas turísticas, logran mejorar y/o resolver gran parte de los problemas relacionados con su gestión. En el proceso de implementación se realizan las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> - 6 sesiones de capacitación a los propietarios y/o gerentes de las empresas turísticas. - 4 visitas de asesoría por un consultor SIGO a cada una de las empresas turísticas. - Evaluación de las empresas turísticas que implementan el SIGO y entrega de Distintivos.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Promoción de las empresas que hayan obtenido el Distintivo SIGO por la Secretaría de Turismo de la Nación.

METODOLOGÍA

A lo largo de 3 o 4 meses se realizan sesiones de capacitación y de evaluación, como asimismo se realizan visitas técnicas por empresa.

4 SESIONES:

- 1: Dictado módulo 1
- 2: Dictado módulos 2 y 3 (a los 15 o 20 das aproximadamente de la sesión 1)
- 3: Dictado módulo 4 (a los 20 o 30 das aproximadamente de la sesión 2)
- 4: Evaluación (a los 30 das aproximadamente de la sesión)

ENLACE WEB

<http://www.turismo.gov.ar/calidad/sistema-integral-de-gestion-organizacional>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo, consiste en **diseñar un Sistema Chileno de Gestión de Negocios Enoturísticos**. El sistema ha de incluir el desarrollo específico de una herramienta de gestión dirigida a ayudar a las empresas del enoturismo a organizar sus proyectos, sus productos y sus servicios.

El sistema ha de ser un software específico diseñado de manera ajustada a las necesidades de las empresas de enoturismo de Chile. Ha de estar dirigido a atender sus necesidades específicas de desarrollo competitivo en la actualidad, que son diferentes de las empresas de enoturismo de otras partes del mundo como Argentina, California, Nueva Zelanda o Europa.

La utilización del software por parte de las empresas enoturísticas chilenas ha de ir acompañada del establecimiento de un programa de acompañamiento. Su objetivo es ofrecer asesoramiento, capacitación y coaching a las empresas enoturísticas para la mejor utilización y aprovechamiento de las utilidades de la herramienta y maximizar los procesos de mejora de la gestión de las empresas. Estos servicios de acompañamiento han de ser realizados por consultores de negocio con experiencia en el sector.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

CERTIFICACIÓN EN FRANCIA

Los programas de certificación identificados y caracterizados en Francia son:

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN DE PROFESIONES Y OCUPACIONES RELACIONADAS CON EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Francia
NOMBRE DEL PROGRAMA
Registro Nacional de Certificaciones Profesionales (RNCP) en Oficios relacionados con el Enoturismo
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Comisión Nacional de la Certificación Profesional (CACP)
OBJETIVO DEL PROGRAMA
El Directorio Nacional de Certificaciones Profesionales (RNCP) tiene como objetivo poner a disposición de las personas y empresas información continuamente actualizada sobre los diplomas y títulos con fines profesionales, así como los certificados de cualificación en las listas establecidas por las comisiones mixtas nacionales de empleo de los sectores profesionales. Contribuye a facilitar el acceso al empleo, la gestión de recursos humanos y la movilidad profesional.
PÚBLICO OBJETIVO
Personas y empresas de Francia
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
El Programa señala los siguientes títulos con licencia profesional : <ul style="list-style-type: none"> • Licencia Profesional “Comercio del Vino y Enoturismo” <ul style="list-style-type: none"> ○ MINISTERIO DE LA EDUCACIÓN NACIONAL ○ Universidad de Borgoña – Dijon • Licencia Profesional “Hotelería-Turismo; especialidad Enoturismo” <ul style="list-style-type: none"> ○ Universidad Victor Segalen Bordeaux 2 <p>También las siguientes otras titulaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Encargado de desarrollo del turismo del vino” <ul style="list-style-type: none"> ○ Institut rural de Vayres • “Sumiller-asesor bodeguista” <ul style="list-style-type: none"> ○ Universidad del Vino <p>Todas estas titulaciones tienen el Suplemento Europass a los Certificados de Profesionalidad de la Comisión Europea</p>
METODOLOGÍA

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Las certificaciones registradas en el Directorio son reconocidas en todo el territorio nacional. La inscripción en el Registro Nacional implica la certificación adecuada. La orientación profesional, los diplomas y los títulos se clasifican por ocupación y por nivel.

ENLACE WEB

<http://www.cncp.gouv.fr/repertoire>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El caso francés es muy similar al caso de España. Por ello, los retos sugeridos por estas dos experiencias para el caso chileno son similares. Así, el primer reto que se debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en ***adecuar el Sistema Chileno de Certificados de Profesionalidad a los requerimientos de ocupaciones del sector enoturístico.***

El segundo reto consiste en adecuar las familias profesionales a las que se regula la concesión de certificados de profesionalidad, a las profesiones reales que se desarrollan en la actualidad en el sector enoturístico.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

OTROS PROGRAMAS RELACIONADOS CON EL FINANCIAMIENTO DE ACCIONES, LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO

Adicionalmente, se ha realizado un trabajo de identificación de las *tendencias a nivel internacional de esquemas de financiamiento y otros programas de desarrollo de capital humano* relacionados con el sector enoturístico.

A continuación, se presenta el resultado de un análisis de las experiencias clave identificadas vigentes en la actualidad.

PLATAFORMA DE INTERCAMBIO DE OFERTAS Y DEMANDAS DE EMPLEO ENOTURÍSTICO EN CALIFORNIA

El programa identificado y caracterizado en California es el siguiente:

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO
REGIÓN VITIVINÍCOLA
Estados Unidos (USA). Napa Valley (California)
NOMBRE DEL PROGRAMA
Job & Career Board
INSTITUCIÓN COMPETENTE
Napa Valley Wine Academy
OBJETIVO DEL PROGRAMA
Facilitar la intermediación en el mercado de los empleos para la industria de la producción de vino y del enoturismo.
PÚBLICO OBJETIVO
Profesionales del vino y del turismo del vino o enoturismo.
CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Plataforma "on-line" en la que se presentan de manera gratuita las ofertas y demandas de empleos en el sector del vino y del enoturismo
METODOLOGÍA
En la actualidad existen los siguientes empleos disponibles en la plataforma "Job & Career Board":

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- **Guía de tours de vino y de viñedos.** La oferta de empleo está realizada por “Shuttle Tours of America”. Busca Guías de Tours profesionales que residan alrededor de San Francisco. Demanda profesionales con las siguientes competencias (a un precio de 40 dólares/hora):
 - Conocimiento de vinos.
 - Pasión por la industria del vino.
 - Atender a los clientes.
 - Puntualidad.
 - Actitud positiva.
 - Gran actitud con buenas capacidades de comunicación.
 - Carnet de conducir y medio de transporte.
 - Potencial de construir relaciones con las viñas.
 - Disponibilidad para trabajar los fines de semana y en período de vacaciones.
- **Guía de vinos.** Oferta realizada por “Ram’s Gate Winery”. El objetivo primordial del profesional deberá ser asegurar que los visitantes tengan una experiencia memorable, que mantengan la lealtad de los clientes, que vendan vino, y que transformen a los visitantes en miembros de la empresa. Se busca que los profesionales tengan las siguientes competencias:
 - El profesional habrá de crear una experiencia excepcional para los visitantes y miembros, mostrando entusiasmo por el vino, la comida, la arquitectura y la región de Sonoma.
 - Formar a los visitantes y construir relaciones de largo plazo mientras guía a los visitantes por los itinerarios del vino y la gastronomía.
 - Promocionar la marca de la empresa de una forma divertida y positiva.
 - Tener una actitud positiva ante cualquier situación.
 - Asegurar una experiencia vital, vibrante y maravillosa para los visitantes.
 - No es solo un Guía de vino, sino un vendedor de vino y de la marca.
 - Si el visitante tiene una duda que el Guía no sabe responder, ha de buscar a alguien que la sepa responder.
 - Debe adquirir un conocimiento completo de la organización “Ram’s Gate Winery”.
 - Debe memorizar los gráficos de las diversas plantas de las instalaciones y la disposición de los viñedos.
 - Tener un buen conocimiento de los vinos, los viñedos, los menús gastronómicos, y los ingredientes de los menús.
 - El Guía de Vino ha de ser un escuchador enfático que realmente se preocupa de las personas.
- **Guía-conductor de Tour.** Oferta presentada por “Tha Napa Valley Wine Trolley”. El precio que se paga es de 18 dólares la hora. Se busca que los profesionales tengan las siguientes competencias:
 - Capacidad para conocer y entretener a la gente.
 - Aprender sobre vino y hechos históricos.
 - Licencia de conducir autos grandes con un buen historial como conductor.
 - Un sincero amor por las tierras de vinos.
 - Conocimiento de la historia y la cultura del vino.
 - Conocimientos de ofimática, internet y software de oficina.
 - Disponibilidad para trabajar fines de semana.
 - Orientación de servicio al cliente.
- **Guía de vinos.** Oferta presentada por “Paramount Farms”. Se busca que los profesionales tengan las siguientes competencias:
 - Ayudar en la obtención de los objetivos financieros del negocio.
 - Crear e ejecutar experiencias memorables, educativas y fidelizadoras a los visitantes.
 - Capacidad analítica para sintetizar información compleja o diversa.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Capacidad de solución de problemas para identificar y resolver los problemas de manera oportuna y reunir y analizar la información hábilmente y de manera colaborativa.
- Comunicación oral: hablar clara y persuasivamente en situaciones positivas o negativas, demostrar habilidades de presentación en grupo y conducir reuniones productivas.
- Gestión de la calidad: buscar maneras de mejorar y promover la calidad y demostrar exactitud y la minuciosidad.
- Buen juicio: mostrar la voluntad de tomar decisiones, exhibir un juicio sano y preciso, y tomar decisiones oportunas.
- Planificación/organización: priorizar y planificar actividades de trabajo, utilizar el tiempo eficientemente y desarrollar planes de acción realistas.
- Seguridad: observar los procedimientos de seguridad y utilizar adecuadamente el equipo y los materiales.
- **Vendedores de Memorias Mágicas.** Oferta presentada por “Napa Valley Wine Train (El Tren del Vino de Napa Valley)”. Se busca que los profesionales tengan las siguientes competencias:
 - Excepcionales anfitriones de fotografía y personas de ventas con un impulso para lograr objetivos, motivados, amistosos y con habilidades de servicio al cliente.
 - Los productos a vender a los turistas y visitantes potenciales son los tours y experiencias del Tren del Vino de Napa Valley.

ENLACE WEB

<https://napavalleywineacademy.com/>

RETOS PARA LA POTENCIAL APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA EN VALLE DEL MAIPO

El primer reto que el Valle del Maipo debe afrontar para avanzar en la puesta en marcha de una iniciativa de este tipo consiste en **promover y crear una plataforma de intermediación “on-line” entre la oferta y la demanda de empleos en el sector vinícola y del turismo del vino.**

El primer paso consiste en diseñar un proyecto conjunto entre las municipalidades del valle para diseñar la plataforma y subir sus contenidos a internet.

Una vez diseñada la plataforma, el tercer paso consiste en incorporar a todas las viñas del Valle para que se registren y suban sus ofertas de empleo en el ámbito del vino y del turismo del vino en la plataforma. Las viñas han de recibir el asesoramiento de los agentes de desarrollo local de las municipalidades para la utilización de la plataforma y para la incorporación de sus contenidos.

El cuarto paso consiste en invitar a los centros educativos y de formación a dar a conocer los contenidos de la plataforma a los alumnos y profesionales que participan en sus itinerarios formativos.

El quinto paso consiste en incorporar y posicionar a la plataforma en los motores de búsqueda de ofertas y demandas de empleo a nivel nacional e internacional.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANEXO 3/ OFERTA FORMATIVA EXISTENTE PARA EL ENOTURISMO EN EL ENTORNO DEL VALLE DEL MAIPO

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS FORMATIVOS ESPECÍFICAMENTE RELACIONADOS CON EL ENOTURISMO

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	
Titulación obtenida por el alumno	
Técnico de nivel superior en Turismo Sustentable	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Título Técnico de nivel superior en Turismo Sustentable	
Programas	
El programa considera clases en donde se abordan temas de gestión, operación de procesos y sistemas administrativos y comerciales en diversos ámbitos de la Oferta Turística nacional, de manera que pueda articular elementos patrimoniales, económicos, técnicos, idiomáticos y éticos necesarios para la entrega de un servicio de calidad y sustentable.	
Objetivos	
La carrera forma Técnicos de Nivel Superior, competentes en la gestión de los procesos administrativos, tecnológicos y comerciales al interior de empresas de servicios turísticos, generando proyectos y productos turísticos de diferentes áreas, en diversos destinos nacionales e internacionales, considerando los recursos turísticos disponibles y las premisas del Turismo Sustentable.	
Contenidos teóricos	
<p>I Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Turismo y al Rol Laboral • Patrimonio Cultural de Chile • Competencias para el Aprendizaje • Expresión Oral y Escrita • Inglés I • Portugués I <p>II Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios Turísticos de Calidad • Patrimonio Natural de Chile • Competencias Personales y Sociales • Transporte Aéreo Nacional e Internacional • Inglés II • Portugués II <p>III Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operadores e Intermediarios Turísticos • Destinos Turísticos Internacionales • Marketing Aplicado • Tráfico y Carga Aérea 	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

<ul style="list-style-type: none"> • Inglés III • Portugués III <p>IV Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taller de Turismo de Intereses Especiales • Turismo Sustentable • Planificación Turística Sustentable • TIC's para el Turismo y Sistema de Reservas • Inglés IV • Portugués IV <p>V Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Práctica Laboral (360 horas) • Exámenes de Competencias
Duración (en horas)
Total de horas presenciales de la carrera: 1.692 Total horas de la carrera: 2.052
Perfil docente
Técnico en Turismo Ingenieros en Gestión Turística Profesores de Historia y Geografía e idiomas (inglés y portugués)
Colectivos destinatarios
Jóvenes y adultos sin barrera de ingresos
Lugar de impartición
Campus Arturo Prat, Arturo Prat Nº 269, Santiago. Campus Viña del Mar, Av. Álvarez 2138, Viña del Mar.
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
2015 al 2017: 320 alumnos aproximado
Número de cursos que han hecho (cada año)
9 cursos al año Cursos es en donde se aborda el tema de Enoturismo a través de la asignatura Taller Turismo de Intereses Especiales (TIE)
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
2 profesores que imparten habitualmente el Taller Turismo de Intereses Especiales (TIE)
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No tienen
ENLACE WEB
http://www.ipleones.cl/carreras/turismo-sustentable

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
	INACAP
Titulación obtenida por el alumno	
	Diplomado Enoturismo y Rutas del Vino
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Diploma de Enoturismo y Rutas del Vino
Itinerarios	
Programas	
	El programa incluye clases teóricas y prácticas con especial énfasis en la participación activa y análisis crítico de los alumnos. Además de viajes prácticos a rutas del vino.
Objetivos	
	El diplomado de "Enoturismo y Rutas del Vino" entrega herramientas para identificar los diversos procesos existentes en el mercado vitivinícola, considerando las técnicas de gestión, comercialización y comunicación, a fin de lograr una agradable acogida enoturística.
Contenidos teóricos	
	El diplomado permitirá al alumno aplicar técnicas de acogida específicas para el enoturismo. Para ello el programa pone énfasis en las bases teóricas y técnicas de este ámbito, el conocimiento de las diversas rutas del vino y del ordenamiento y gestión territorial de destinos relacionados. Las clases también profundizan en conceptos de marketing y comercialización de productos, y en procesos de la vinificación, servicio del vino y maridaje. Unidades temáticas: <ul style="list-style-type: none"> • Viticultura y enología • Enoturismo y rutas del vino • Marketing y comercialización de productos enoturísticos • Ordenamiento y gestión territorial de destinos enoturísticos • Servicio del vino • Técnicas para la acogida enoturística
Duración (en horas)	
	Duración: 100 horas cronológicas; 52 horas teóricas y 48 horas prácticas. Código Sence: 1237842658
Colectivos destinatarios	
	Está orientado a quienes deseen desarrollarse en todas las áreas del servicio enoturístico de las viñas y a profesionales que se desempeñan en empresas de turismo y vitivinícolas.
ENLACE WEB	
	http://www.inacap.cl/tportalvp/tp_modulos/tpm_seccion/tpm_imprimir.php?ncod=13886&mod=3275

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
	CULINARY
Titulación obtenida por el alumno	
	Administrador de Negocios de la Industria del Vino Salida Intermedia: Técnico de Nivel Superior en Administrador de Negocios de la Industria del Vino
Objetivos	
	Formar profesionales con un perfil diferenciado, que dominan tanto los aspectos técnicos de vitivinicultura y enología como los de administración y gestión en el rubro. De esta manera, gracias a su preparación, nuestros profesionales se pueden incorporar a las empresas del sector aportando valor inmediatamente.
Contenidos teóricos	
	<p>Año 1:</p> <p>I Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Mundo del Vino • Evaluación Sensorial de Alimentos y Bebidas • Matemáticas Aplicada I • Prevención de Riesgos y Primeros Auxilios • El Arte de Comunicar • Computación • Inglés I <p>II Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia y Cultura Vitivinícola Mundial • Evaluación Sensorial de Vinos • Matemáticas Aplicadas II • Estadísticas • Taller de Redacción • Computación Aplicada • Inglés II • Pasantía I Nacional <p>Año 2:</p> <p>III Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viticultura y Enología • Taller de Degustación de Vinos I • Industria Vitivinícola Chilena • Administración de Empresas • Economía • Servicios Aplicados a la Industria del Vino • Inglés III <p>IV Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regiones Vitivinícolas de Chile • Taller de Degustación de Vinos II

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Artes Culinarias para Vinos
- Contabilidad, Costos y Presupuestos
- Derecho Laboral
- Inglés IV
- Pasantía II Internacional

Año 3:

V Semestre:

- Regiones Vitivinícolas del Mundo I
- Taller de Degustación Avanzada
- Maridaje de Alimentos y de Vinos
- Administración Financiera
- Relaciones Públicas y Protocolos

VI Semestre:

- Regiones Vitivinícolas del Mundo II
- Apreciación del Arte Aplicada a la Degustación
- Tendencias Mundiales en Vino
- Emprendimiento
- Negociación y Liderazgo
- Metodología de la Investigación
- Francés Técnico
- Pasantía III Internacional

Año 4:

VII Semestre:

- Estudios de Bebidas Alcohólicas
- Marketing Estratégico de Vinos
- Logística de Distribución y Comercialización de Vinos
- Gestión de Operaciones
- Gestión Estratégica
- Administración de Recursos Humanos
- Idioma I

VIII Semestre:

- Producción Sustentable de Vinos
- Comercio Exterior Aplicado
- Enoturismo
- Seminario de Negocios
- Eventos, Congresos y Convenciones
- Comercio Electrónico
- Idioma II

Lugar de impartición

Sede Santiago Casa Central, Av. La Dehesa 2541, Lo Barnechea, Santiago
Sede Viña del Mar, Álvares 440, Viña del Mar

ENLACE WEB

<https://culinary.cl/admision/carrera.php?carrera=2>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
	WINE INSTITUTE – FORMACIÓN VITIVINICOLA
Titulación obtenida por el alumno	
	Especialista en Enoturismo
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Certificado en Enoturismo
Programas	
	<p>HISTORIA Y CULTURA DEL VINO (2 clases) Módulo 1: El vino a través de la historia Módulo 2: El vino en Chile: Cultura y Tradición</p> <p>GEOGRAFÍA DEL VINO (3 clases) Módulo 1: Geografía Vitivinícola Mundial Módulo 2: Geografía Vitivinícola chilena</p> <p>VITICULTURA Y ENOLOGÍA (3 clases) Módulo 1: Nociones generales de Viticultura Módulo 2: Nociones Generales de Enología</p> <p>EL VINO: TIPOS, ESTILOS Y CATA (4 clases) Módulo 1: Los vinos chilenos, los diferentes estilos Módulo 2: Metodología del proceso de cata Módulo 3: Equilibrio y lenguaje de la cata Módulo 4: Los vinos del mundo a través de la cata</p> <p>EL VINO COMO RECURSO TURÍSTICO (5 clases) Módulo 1: Tipos y Bodegas chilenas: Los recursos del turismo enológico Módulo 2: Oferta y demanda del Turismo en Bodegas Módulo 3: Estructura del Área de Turismo en Bodegas Módulo 4: Rutas Enológicas en Chile Módulo 5: El Rol de las Empresas vinculadas al Enoturismo</p> <p>SERVICIOS AL TURISTA (2 clases) Módulo 1: La comunicación en general Módulo 2: La importancia del buen servicio</p> <p>LA CATA Y EL ANÁLISIS SENSORIAL DE LOS VINOS (4 clases) Módulo 1: Análisis de los diferentes tipos de vinos Módulo 2: Los tipos de Cata Módulo 3: La Cata Comercial Módulo 4: El desempeño del personal de Bodega ante distintas situaciones</p>
Objetivos	
	<p>Entregar herramientas para el desarrollo del turismo enológico.</p> <p>Adquirir los conocimientos técnico comercial de vinos para desenvolverse en la industria. Conocer los Valles Vitivinícolas de Chile.</p> <p>Conocer el vocabulario técnico del vino involucrado a todos los sectores de Bodega.</p>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Contenidos prácticos
A lo largo de todo el programa académico están programadas visitas técnicas a Bodegas con degustaciones, que permitan obtener a los alumnos un conocimiento directo del sector Enoturístico en Chile.
Perfil docente
Ingenieros Agrónomos, Enólogos, Sumilleres, Guías de Turismo Especializado en Turismo Enológico
Colectivos destinatarios
Este curso está dirigido a Guía de Turismo, Licenciados en Turismo, y a toda persona interesada en incorporar en la industria a través del Enoturismo.
Lugar de impartición
Sede Santiago, Hernando de Aguirre 61, oficina D, Santiago.
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
2013 al 2017: 75 alumnos (15 alumnos/año)
Número de cursos que han hecho (cada año)
5 curso/año
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
3 profesores
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No han realizado
ENLACE WEB
http://wineinstitute.cl/sede-santiago-especializacion-en-enoturismo/

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	
Titulación obtenida por el alumno	
Diplomado en cultura, producción, elaboración, comercialización y degustación	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Diplomado en el Vino Chileno	
Programas	
<p>Metodología:</p> <p>Cátedras con clases expositivas.</p> <p>Estudio personal complementario.</p> <p>Laboratorios con soluciones básicas y específicas para una certera evaluación sensorial de vinos.</p> <p>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.</p> <p>Elaboración de informes.</p>	
Objetivos	
<p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir y relacionar los principales componentes del ecosistema vitícola y de la producción de vino. • Conocer y comprender los principales aspectos de la legislación, comercialización y marketing relacionados con la industria del vino. • Desarrollar capacidades sensoriales que permitan describir un vino desde un punto de vista organoléptico. 	
Contenidos teóricos	
<p>Curso 1: Ecosistema vitícola y producción de vinos.</p> <p>Total horas: 50 horas cronológicas lectivas. Total créditos: 10 créditos</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

- Fermentación alcohólica, maloláctica y enfermedades de los vinos.
- Cuidados del vino nuevo.
- Clarificación y estabilización de los vinos.
- Maduración y envejecimiento.

Curso 2: Comercialización, marketing y legislación del vino.

Total horas: 25 horas cronológicas lectivas. | Total créditos: 5 créditos

Objetivos específicos:

- Conocer y comprender aspectos del marketing aplicados a la industria del vino.
- 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.
- Legislación vitivinícola chilena.
- 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.

Curso 3: Evaluación sensorial y maridaje del vino.

Total horas: 25 horas cronológicas lectivas. | Total créditos: 5 créditos

Objetivos específicos:

- 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.

Duración (en horas)

100 horas

Perfil docente

JEFE DE PROGRAMA

- Filippo Pyszczólkowski T.

Nacido en 1949 en Santiago de Chile, es Ingeniero Agrónomo por la Pontificia Universidad Católica de Chile y Enólogo por el Ministerio de Agricultura de Chile desde 1972 y ha realizado cursos de postítulo en viticultura y enología en Chile, España y Francia. En 1972 ingresó al Servicio Agrícola y Ganadero y posteriormente ejerció como enólogo en diversas empresas. Es Profesor Asociado de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal de la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde desde 1979 ha ejercido la docencia en los cursos Viticultura, Vinificación, Enología y Talleres y desde 1999 en el Diplomado del Vino Chileno, siendo su Director desde 2002, y desde 2006 en el Diplomado del Vino en Bolivia, siendo también su Director. Ha sido presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile entre los años 1990 y 1996. Es autor de numerosos artículos de investigación y de extensión y de dos libros de Viticultura y Vinificación, ha participado en congresos, ha dirigido diversos seminarios de extensión y es consultor vitivinícola. Ha recibido los premios a la Investigación Vitivinícola en 1971, al Mejor Egresado en 1972, al Mérito Vitivinícola en 1998, a la

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Actividad Gremial, como el Premio Roberto Opazo en 2001, a la Excelencia Académica en 2003 y a la Trayectoria Académica en 2004.

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 Brossard. 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. Profesor de la Facultad de Agronomía e Ingeniería Forestal UC. Enólogo de Viña Alta Alcurmia. Ex Presidente de la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile, actualmente Jefe de programa del Diplomado en Vino Chileno. 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.

Fernanda Valenzuela. Ingeniero Industrial, Magíster en Ciencias de la Ingeniería PUC. Diploma wine course, Cape wine academy, Sudáfrica. Diploma de marketing y comercialización de vinos, Argentina. Docente Freelance I P Culinary. Escuela argentina de sumiller.

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

Colectivos destinatarios

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

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

comunicacionales.
Lugar de impartición
Sede Santiago Centro de Extensión Pontificia Universidad Católica, Avda. Libertador Bernardo O'Higgins 390, Santiago.
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
1999 – 2017, 570 alumnos (30/año)
Número de cursos que han hecho (cada año)
19 cursos (1 curso/año)
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
10 profesores
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No
ENLACE WEB
http://www.educacioncontinua.uc.cl/23984-ficha-diplomado-en-vino-chileno-produccion-elaboracion-comercializacion-y-degustacion

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

OTROS PROGRAMAS FORMATIVOS DE TURISMO

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
	UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN
Titulación obtenida por el alumno	
	Ingeniero en Expediciones y Ecoturismo Mención en Montaña, Navegación, Geoturismo o Gestión de Modelos Hoteleros. (*Puerto Montt sólo Mención Navegación)
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Título profesional de ingeniero en expediciones y ecoturismo con especialidad en Geoturismo, Modelos Hoteleros, Navegación y Montaña.
Programas	
	Plan de estudios que contempla un Plan Común y las especialidades de: Montaña, Navegación y Pesca, Geoturismo y Gestión de Modelos Hoteleros.
Objetivos	
	En la carrera de Ingeniería en Expediciones y Ecoturismo, nuestros alumnos adquieren competencias para resolver problemáticas que se presentan en el ámbito de proyectos de expedición, de la conducción de personas, de los servicios turísticos de excelencia y de la preservación del patrimonio y el medio ambiente
Contenidos teóricos	
	<p>Ciclo Básico de Estudio:</p> <p>Año 1:</p> <p>I Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Industria Turística, el Ecoturismo y las Culturas que Visitan Chile • Introducción a la Ingeniería y Desarrollo Matemático • Geografía Física de Chile • Exploración de los Sentidos • Técnicas de Seguridad y Supervivencia • Acondicionamiento Físico I <p>II Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servir o Huir: Una Industria Diferente • Economía y Empresa Turística • Historia, Mitos y Leyendas de Chile • Ecología y Exploración del Medio • Orientación Avanzada: Cartografía y Navegación Satelital • Introducción al Inglés Turístico • Acondicionamiento Físico II: Trekking-Escalada • Formación Integral I <p>Año 2:</p> <p>III Semestre:</p>

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los Modelos Hoteleros • Emprendimiento, Gestión e Innovación • Antropología Cultural y Patrimonio • Taller de Expresión y Dominio Escénico • Habilidades Operativas y Gastronómicas • Inglés I: Focus Conversation • Acondicionamiento Físico III: Buceo y Natación • Formación Integral II <p>IV Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias y Servicios de Excelencia • Marketing I: Turístico y Hotelero • Paisaje y Fauna Nativa • Psicología en Expediciones, Liderazgo y Trabajo en Equipos • Fisiología, Patologías y Primeros Auxilios • Inglés II: Case Analysis • Acondicionamiento Físico IV: Ciclismo y Remo • Formación Integral III
Duración (en horas)
8 semestres
Perfil docente
Multidisciplinario (Montañistas, Ingenieros, Biólogos)
Colectivos destinatarios
Jóvenes egresados de cuarto medio
Lugar de impartición
Campus Los Leones de Providencia, Los Leones esquina Lota, Providencia, Santiago. Campus Pichi Pelluco, Lago Panguipulli 1390, Puerto Montt.
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
2009 al 2016: 700 alumnos, de los cuales 100 se han titulado
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
1 profesor de Enoturismo (Gonzalo Rojas)
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No tienen
ENLACE WEB
http://www.uss.cl/ingenieria-y-tecnologia/carrera/ingenieria-en-expediciones-y-ecoturismo/descripcion/

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA IDMA	
Titulación obtenida por el alumno	
Titulado de Técnico en Ecoturismo	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Técnico Superior en Ecoturismo	
Programas	
El programa considera la implementación de acciones destinadas a la conservación del patrimonio ecoturístico nacional de acuerdo a la planificación del espacio territorial y la calidad del servicio determinados por los organismos del Estado de Chile.	
Objetivos	
Formar Técnicos de Nivel Superior que sean capaces de implementar acciones destinadas a la conservación del patrimonio ecoturístico nacional de acuerdo a la planificación del espacio territorial y la calidad del servicio determinados por los organismos del Estado.	
Contenidos teóricos	
<p>Año 1:</p> <p>I Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Ecoturismo • Ecología • Inglés Básico • Primeros Auxilios en Áreas Remotas • Geografía • Introducción a la Actividad Turística • Aplicación a la Computación 1 <p>II Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías Ecoturísticos • Fauna Nativa de Chile • Inglés Intermedio • Liderazgo y Manejo de Grupos • Uso Educativo y Recreativo del Medio • Matemática Financiera y Comercial • Aplicación a la Computación 2 <p>Año 2:</p> <p>III Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montañismo • Flora Nativa de Chile • Inglés Avanzado • Técnicas de Mínimo Impacto • Arqueoastronomía • Técnicas de Comercialización Atención al Cliente 	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

<ul style="list-style-type: none"> Gestión Empresarial y Financiera <p>IV Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> Travesías en Áreas Remotas Áreas Silvestres Protegidas Inglés Técnico Supervivencia en Ambientes Agrestes Agroturismo y Enoturismo Proyectos Ecoturísticos Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental <p>Año 3:</p> <p>V Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> Proceso de Titulación
Duración (en horas)
1.782 horas
Perfil docente
Multidisciplinario (administración, ciencias básicas, turismo, excursionismo (guías en terreno))
Colectivos destinatarios
Jóvenes egresados de cuarto medio
Lugar de impartición
Sede Agustinas N° 1954, Santiago.
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
2005 al 2017: 197 alumnos al año El Taller de Enoturismo por cambio de malla se dejó de impartir desde el año 2012
Número de cursos que han hecho (cada año)
45 cursos al año
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
15 profesores
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No tienen
ENLACE WEB
http://idma.cl/carreras/tecnico-en-ecoturismo/

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Institución educativa/formativa	
	UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES
Titulación obtenida por el alumno	
	Ingeniero Comercial con mención en administración o economía
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Ingeniero Comercial
Programas	
	El perfil de egreso posee características comunes a ambas menciones y características específicas según la mención administración y economía.
Objetivos	
	Formación en ciencias económicas y de administración, capaz de desenvolverse eficientemente en el campo de los negocios a nivel nacional e internacional, inspirado en el pluralismo y la independencia crítica de la institución.
Contenidos teóricos	
	<p>Año 1:</p> <p>I Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principio de Microeconomía • Organización y Empresa • Álgebra • Pensamiento Económico • Inglés General I <p>II Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principio de Microeconomía • Administración de Empresas • Cálculo I • Álgebra Lineal • Política e Instituciones • Inglés General II <p>Año 2:</p> <p>III Semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microeconomía I • Cálculo II • Estadística • Análisis del Entorno de la Economía Chilena • Inglés General III • Curso de Formación General • Práctica Operativa

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

IV Semestre:

- Macroeconomía I
- Comportamiento Organizacional
- Taller de Administración de Empresas
- Inferencia Estadística
- Inglés IV
- Curso de Formación General
- Práctica Operativa

Año 3:

V Semestre:

- Teoría de Juegos
- Dirección de Personas
- Derecho de la Empresa
- Contabilidad
- Curso de Formación General
- Curso de Formación General
- Práctica Operativa

VI Semestre:

- Econometría I
- Costos
- Introducción a las Finanzas
- Dirección de Marketing
- Curso de Formación General

Año 4:

VII Semestre:

- Organización Industrial
- Microeconomía II
- Econometría Aplicada II
- Taller de Emprendimiento
- Optimización Dinámica
- Derecho Tributario
- Finanzas I
- Marketing Estratégico

VIII Semestre:

- Macroeconomía II
- Dirección Estratégica
- Taller de Análisis de Empresas
- Comercio Internacional
- Gestión de Operaciones
- Finanzas II
- Investigación de Mercados

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

Año 5:
IX Semestre:
<ul style="list-style-type: none"> • Optativo • Juegos de Negocios • Dirección Financiera
X Semestre:
<ul style="list-style-type: none"> • Optativo
Contenidos prácticos
Cátedra de Introducción a los negocios vitivinícolas que considera visita a terreno (viñas)
Duración (en horas)
10 semestres
Perfil docente
Cuerpo docente de primer nivel, exigencias en la selección de sus alumnos, infraestructura e investigación, características que la han ubicado entre una de las mejores escuelas de negocios de Latinoamérica.
Lugar de impartición
Facultad de Economía y Empresa, Avda. Santa Clara 797, Huechuraba, Santiago
Número de alumnos que han participado en los cursos que tengan que ver con Enoturismo (de todos los años que tengan datos)
2015 al 2017: 150 alumnos (50/año)
Número de cursos que han hecho (cada año)
3 cursos (1 curso/año)
Número de profesores, departamentos de Enoturismo que tengan (descripción completa y resultados de su trabajo)
1 profesor de Enoturismo (Gonzalo Rojas) de la U. de Chile
Publicaciones y proyectos de investigación sobre Enoturismo
No tienen

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS FORMATIVOS DE SENCE POTENCIALMENTE RELACIONADOS CON EL ENOTURISMO

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
Atención y orientación al cliente (anfitrión)	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Anfitrión de oficina comercial	
Programas	
Módulo 1: Atención al cliente (40 horas) Módulo 2: inglés técnico básico (80 horas)	
Objetivos	
El objetivo del plan de formación es realizar la atención inicial de clientes de acuerdo a los protocolos y procedimientos establecidos.	
Contenidos teóricos	
Módulo 1: El alumnado aprenderá técnicas de atención al cliente mediante la experiencia y observación de casos que involucren situaciones reales. Para ello, el programa pone énfasis en el concepto y la importancia de atención a clientes, con diversas técnicas de atención al cliente y finalmente, con la búsqueda de soluciones de requerimientos y quejas de los clientes. Módulo 2: Se le enseñará al alumnado formas gramaticales, frases formales para poder establecer una conversación con el cliente mediante protocolos de atención	
Duración (en horas)	
120 horas	
Perfil docente	
Módulo 1: Técnico de nivel superior del área de Administración de empresas Administración de Recursos Humanos Módulo 2: Profesor o traductor de inglés, titulado	
Colectivos destinatarios	
Enseñanza básica completa	
ENLACE WEB	
http://www.sence.cl	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	Información al usuario en empresas de turismo.
Certificación profesional obtenida por el alumno	Informador turístico
Programas	Módulo 1: Gestión administrativa en oficinas de turismo (24 horas) Módulo 2: Atención al cliente en turismo (54 horas) Módulo 3: inglés básico para actividades turísticas (60 horas)
Objetivos	El diplomado tiene como objetivo informar a turistas respecto a los lugares turísticos y eventos siguiendo los protocolos y procedimientos establecidos, atendiendo a sus necesidades y requerimientos.
Contenidos teóricos	Módulo 1: El alumno aprenderá a utilizar diversas aplicaciones web, como Microsoft Windows, Excel, Word y PowerPoint. E-mail, así como distintas técnicas de organización y verificación de documentos turísticos y administrativos. Finalmente, utilizará distintas bases de datos para la búsqueda de información turística. Módulo 2: El alumno aprenderá diferentes normas de seguridad y protocolos de prevención de riesgos, y técnicas asociadas, así como información turística para usuarios: tipos de clientes, cambio de moneda, etc. Preparación de materiales y condiciones de espacio de atención a turistas y finalmente, protocolos de atención turísticos. Módulo 3: Se le enseñará al alumnado formas gramaticales, frases formales para poder establecer una conversación con el cliente mediante protocolos de atención
Duración (en horas)	138 horas
Perfil docente	Técnico de carreras de Turismo o Administración de Empresas, titulado. Para el módulo 3 se precisa un profesor o traductor de inglés, titulado
Colectivos destinatarios	Enseñanza básica completa, preferentemente
ENLACE WEB	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
Servicio de agente de viajes	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Agente de viajes	
Programas	
Módulo 1: Gestión de una agencia de viaje minorista (30 horas) Módulo 2: Planificación y venta de viaje y servicios turísticos (90 horas) Módulo 3: Servicio de postventa y gestión de clientes (30 horas)	
Objetivos	
El diplomado tiene como objetivo realizar programa de viajes de acuerdo a las necesidades del cliente y a la disponibilidad de operadores turísticos siguiendo procedimientos de la empresa y la normativa legal vigente.	
Contenidos teóricos	
Módulo 1: Conocer el funcionamiento de una agencia de viajes y detectar las fortalezas y debilidades de una agencia de viajes minorista, esto conlleva detectar las necesidades de logística y comerciales de dicha agencia de viajes minorista. Módulo 2: La elaboración de programas y servicios turísticos de acuerdo a la asesoría de una planificación de viaje ofrecida al cliente según sus requerimientos y necesidades. Módulo 3: La realización de un servicio de postventa en los programas de viajes vendidos para asegurar la calidad del servicio ofrecido al cliente.	
Duración (en horas)	
150 horas	
Perfil docente	
Técnico de Nivel Superior en Turismo o carrera afín, titulado.	
Colectivos destinatarios	
Enseñanza media completa, preferentemente.	
ENLACE WEB	
http://www.sence.cl	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
Transporte turístico de pasajeros	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Conductor de transporte turístico	
Programas	
Módulo 1: Planificación y preparación de itinerario turístico (45 horas) Módulo 2: Recepción y atención de pasajeros turístico (45 horas) Módulo 3: Prevención de riesgos y manejo de emergencias en actividades turísticas (45 horas) Módulo 4: inglés para servicios de información y guía turística (60 horas)	
Objetivos	
El objetivo de este plan formativo es dar a los alumnos una enseñanza sobre el servicio de transporte turístico a pasajeros de acuerdo a programa, teniendo en cuenta normativa de seguridad, normas de calidad turísticas, cuidado y preservación del medio ambiente.	
Contenidos teóricos	
Módulo 1: Preparación de una ruta de viaje y actividades a realizar durante el transporte de turistas de acuerdo al programa, asegurando las condiciones de seguridad del transporte. Módulo 2: Recepción de turistas durante el traslado a los distintos sitios de interés de acuerdo a lo establecido el programa, ofreciendo información relevante sobre los lugares visitados. Módulo 3: Prevenir riesgos en el transporte de viajeros y atender situaciones de emergencia en caso de accidentes (Primeros auxilios) Módulo 4: Comunicar en inglés con uno o varios interlocutores situaciones del ámbito del servicio de informador turístico, mediante la enseñanza de formas gramaticales, frases formales para poder establecer una conversación con el cliente mediante protocolos de atención	
Duración (en horas)	
195 horas	
Perfil docente	
Profesional o técnico de nivel superior del área turismo, titulado Profesional o técnico de nivel superior del área de prevención de riesgo, titulado.	
Colectivos destinatarios	
Educación básica completa. Ser mayor de 20 años. Licencia de Conducir Clase A3, vigente.	
ENLACE WEB	
http://www.sence.cl	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	Operación de procesos de tratamiento de vinos
Certificación profesional obtenida por el alumno	Operador de tratamientos de vinos
Programas	Módulo 1: Operación de equipos de mezclado de vino (48 horas) Módulo 2: Operación de equipos de clarificación y estabilización de vinos (48 horas) Módulo 3: Operación de equipos de filtrado de vino (48 horas)
Objetivos	El objetivo de este plan de formación es conocer y saber operar con equipos en procesos de tratamiento de vinos según variedad de uva vinífera, normas de higiene, calidad, trabajo seguro y normativa medioambiental vigente.
Contenidos teóricos	Módulo 1: Conocer los distintos equipos de procesos de mezclado de vinos, según variedad de uva vinífera, cepas, conocer el funcionamiento de equipos de mezcla de vino, así como las normas de higiene y medioambiente, estándares de calidad de la industria vitivinícola y procedimientos de seguridad. Módulo 2: Realizar los procesos de clarificación y estabilización de vino, conocer los parámetros de funcionamiento de los equipos de vino y saber concluir las operaciones de clarificación y estabilización del vino. Módulo 3: Preparar equipos, materiales e insumos enológicos utilizados en el proceso de filtrado del vino según programa de trabajo y controlar parámetros e indicadores del proceso de filtrado de vinos, y finalmente, concluir las operaciones de filtrado de vino según programa de trabajo.
Contenidos prácticos	Actividades prácticas demostrativas en bodegas de almacenamiento donde se encuentren los insumos enológicos para la jornada laboral y que faciliten el uso de sus equipos.
Duración (en horas)	144 horas
Perfil docente	Profesional o técnico de nivel superior del área de la agronomía, especializado en enología, titulado.
Colectivos destinatarios	Enseñanza media completa.
ENLACE WEB	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
	Manejo de jardines
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Jardinero
Programas	
	Módulo 1: Manejo de césped, flores, árboles y arbustos ornamentales en jardines (32 horas) Módulo 2: Mantenimiento de jardines y limpieza del entorno (32 horas) Módulo 3: Gestión de negocios en el establecimiento y mantenimiento de jardines (40 horas)
Objetivos	
	El objetivo principal del plan formativo es el manejo y el mantenimiento de jardines, según requerimientos de las distintas especies vegetales que lo componen y procedimientos de trabajo seguro
Contenidos teóricos	
	Módulo 1: Diferenciar diferentes especies vegetales en jardín, conocer las diferentes técnicas de siembra de césped y preparación de suelo, así como técnicas de trasplante de plantas ornamentales y mantenimiento y limpieza de materiales, herramientas y equipos. Módulo 2: Realización de labores de mantenimiento y limpieza del entorno de jardines según las diferentes especies vegetales y procedimientos de trabajo seguro. Módulo 3: Gestión del negocio de establecimiento y mantenimiento de jardines.
Contenidos prácticos	
	Actividades prácticas demostrativas en jardines o viñas que permitan ver jardines, sus equipos, la bodega que contenga los insumos y utensilios para la jornada laboral
Duración (en horas)	
	104 horas
Perfil docente	
	Profesional o técnico del área de la agronomía, titulado.
Colectivos destinatarios	
	Enseñanza básica completa, preferentemente
ENLACE WEB	
	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
	Operador de procesos de vinificación
Certificación profesional obtenida por el alumno	
	Operador de vinificación
Programas	
	Módulo 1: Operación de equipos de molienda de uva y de remontaje para homogenización de mostos (48 horas) Módulo 2: Manejo y monitoreo del proceso de fermentación de mostos (48 horas) Módulo 3: Operación de equipos de enfriamiento y calentamiento de mostos y vinos (48 horas) Módulo 4: Ejecución de procesos de movimiento y guarda del vino terminado (48 horas)
Objetivos	
	El objetivo del plan formativo es operar con equipos en procesos de vinificación según variedad de uva, normas de higiene, calidad, medio ambiente y procedimientos de trabajo seguro
Contenidos teóricos	
	Módulo 1: La preparación de equipos de molienda de uva y su puesta en marcha, diferencias entre tipos de vino a elaborar, blancos o tintos. El remontaje y la homogenización del mosto y su propósito en la calidad del producto final, control de procesos y finalización de la molienda de la uva Módulo 2: Preparación de las operaciones del proceso de fermentación del mosto, operación de equipos y aplicación de insumos enológicos en el proceso de fermentación de mostos, monitoreo del proceso de fermentación de mostos y finalmente, la finalización del proceso de fermentación de mostos. Módulo 3: Preparación de los equipos del sistema de calentamiento y enfriamiento, según tipo de mostos y vinos, conocer las distintas normas de higiene y calidad, los procedimientos de trabajo seguro y la normativa ambiental vigente Módulo 4: Preparación de los equipos del sistema del proceso de movimiento y guarda de vinos, según tipo de vino, las normas de higiene y calidad, procedimientos de trabajo seguro y normativa ambiental vigente.
Contenidos prácticos	
	Actividades prácticas demostrativas en bodegas de vino donde se encuentren los insumos enológicos para la jornada laboral y que faciliten el uso de sus equipos, para las actividades prácticas demostrativas.
Duración (en horas)	
	192 horas
Perfil docente	
	Profesional o técnico de nivel superior del área del área agrícola con especialización en enología, titulado
Colectivos destinatarios	
	Enseñanza básica completa, preferentemente.
ENLACE WEB	
	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
	Titulación obtenida por el alumno
	Manejo de viñedos
	Certificación profesional obtenida por el alumno
	Operario de manejo de viñedos
	Programas
	Módulo 1: Poda y amarra de viñedos (32 horas) Módulo 2: Labores de manejo de follaje y racimos en pre-cosecha (32 horas) Módulo 3: Cosecha de uva para vinificación (32 horas) Módulo 4: Mantenición de estructuras del viñedo (32 horas) Módulo 5: Aplicación de agroquímicos mediante equipos de bombeo de baja y alta presión (42 horas)
	Objetivos
	El objetivo del plan de formación es poder realizar labores de manejo de viñedos y aplicación de agroquímicos, teniendo en cuenta las variedades viníferas, la época del año, las normas de higiene y calidad y los procedimientos de seguridad.
	Contenidos teóricos
	Módulo 1: Conocer los ciclos de crecimiento, la estructura de la vid, los conceptos de seguridad laboral en la labor de poda y finalmente, los usos y características de los equipos. Conocer y saber realizar la poda y amarra de vid vinífera según procedimiento de trabajo, mediante diferentes técnicas y finalmente, conocer las principales enfermedades fungosas en la madera de la vid. Módulo 2: Ejecutar labores de manejo de follaje y racimos en pre-cosecha según variedad de uva vinífera (tipos de ramas, brotes, etc.), protocolos de calidad y condiciones de trabajo seguro. Módulo 3: Realización de la cosecha de la uva vinífera según variedad (conocer las características de las principales variedades de uva vinífera y su época de cosecha), objetivo, normas de higiene y calidad y procedimientos de trabajo seguro. Módulo 4: Labores de mantención de estructuras de viñedo, realizar la mantención de estructuras del viñedo, en el que se estudian los tipos de desperfectos más comunes y finalmente, conocer los procedimientos de término de labores, como la devolución de equipos portátiles o de materiales. Módulo 5: Se enseña la aplicación de agroquímicos a especies y cultivos vegetales utilizando equipos de bombeo de baja y alta presión, según las normas ambientales y procedimientos de trabajo seguro.
	Contenidos prácticos
	Actividades prácticas demostrativas en bodegas de vino donde se encuentren los insumos enológicos para la jornada laboral y que faciliten el uso de sus equipos, para las actividades prácticas demostrativas
	Duración (en horas)
	170 horas
	Perfil docente
	Técnico Agrícola de nivel medio o superior Ingeniero agrónomo del área Frutícola, titulado
	Colectivos destinatarios
	Enseñanza básica completa, preferentemente.

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ENLACE WEB
http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
Estrategias para la comercialización y atención al cliente en sector comercio	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Cajero, Reponedor de abarrotes, Vendedor, Atención a clientes	
Programas	
Mod 1: Identidad profesional y corporativa Mod 2: Estrategias para la atención de clientes en ventas Mod 3: Logística y seguridad en el trabajo Mod 4: Estrategias para la comercialización Mod 5: Calidad profesional en ventas	
Objetivos	
El objetivo del plan de formación es aplicar diferentes estrategias para la atención de clientes y comercialización de productos en el sector comercio, teniendo en cuenta aspectos laborales, personales y sociales.	
Contenidos teóricos	
Mod 1: Conocer los diferentes factores de funcionamiento en una organización, conceptos jurídicos en las relaciones laborales Mod 2: Conocer los conceptos básicos de economía, características del consumo, comportamiento de los consumidores y atención al cliente. Mod 3: Conceptos básicos de seguridad laboral, técnicas de trabajo, funciones asociadas a la cadena de logística Mod 4: Utilización de estrategias para la comunicación y habilidades personales en un proceso de venta y en la relación con los clientes y estrategias de marketing personal Mod 5: analizar conductas éticas en el ámbito laboral	
Duración (en horas)	
204 horas	
Perfil docente	
Formación académica como profesional Técnico superior relacionado al área del sector comercio	
Colectivos destinatarios	
Enseñanza básica completa Nociones básicas de computación	
ENLACE WEB	
http://www.sence.cl	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
Titulación obtenida por el alumno	
Vendedor en tiendas por departamento	
Certificación profesional obtenida por el alumno	
Vendedor	
Programas	
Mod 1: Atención y solución de requerimientos de clientes en tiendas de departamento Mod 2: Mantención de exhibición de productos en tiendas de departamento Mod 3: Comercialización de productos y servicios en tiendas de departamentos Mod 4: Procedimientos d seguridad y emergencias	
Objetivos	
El objetivo del plan de formación es conocer los diferentes protocolos y procedimientos de ventas	
Contenidos teóricos	
Mod 1: Protocolos de atención al cliente y resolución de situaciones complejas en la atención al cliente Mod 2: Protocolos de exhibición de productos, normas y seguridad Mod 3: Atención y asesoramiento de clientes, ventas y transacciones en ventas Mod 4: Procedimientos de seguridad y emergencia en el trabajo	
Duración (en horas)	
109 horas	
Perfil docente	
Formación académica como profesional Técnico superior relacionado al área del sector comercio	
Colectivos destinatarios	
Enseñanza básica completa	
ENLACE WEB	
http://www.sence.cl	

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
	Titulación obtenida por el alumno
	Barman
	Certificación profesional obtenida por el alumno
	Barman
	Programas
	Mod 1: Organización de la plaza de trabajo y elaboración de bebestibles Mod 2: Atención de clientes en recintos de venta d bebestibles
	Objetivos
	El objetivo del plan de formación es saber preparar diferentes tipos de bebidas para clientes, mantención de la higiene en el trabajo y conocer los procedimientos del sector y la normativa legal.
	Contenidos teóricos
	Mod 1: Elaboración de bebidas mediante recetas y peticiones del cliente. Conocer los utensilios, maquinarias y equipos utilizados para su realización. Mod 2: Protocolos, normas y procedimientos de atención al cliente
	Duración (en horas)
	140 horas
	Perfil docente
	Formación académica como profesional o técnico de nivel superior del sector de gastronomía
	Colectivos destinatarios
	Enseñanza básica completa
	ENLACE WEB
	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

ANTECEDENTES	DESCRIPCIÓN (OFERTA FORMATIVA PARA ENOTURISMO)
	Titulación obtenida por el alumno
	Actividades en asistencia en redes sociales
	Certificación profesional obtenida por el alumno
	Actividades en asistencia en redes sociales
	Programas
	Mod 1: Fundamentos de la comunicación digital y las redes sociales Mod 2: Administración de cuentas corporativas y edición de contenido web Mod 3: Usabilidad web y comunidades online Mod 4: Marketing y medios en las redes sociales
	Objetivos
	El objetivo del curso es saber gestionar y administrar contenidos de la empresa y las relaciones con el cliente mediante las redes sociales siguiendo los protocolos de atención al cliente y las estrategias de la empresa.
	Contenidos teóricos
	Mod 1: Criterios de marketing y necesidades de la organización y los diferentes conceptos de las redes sociales Mod 2: Estrategias comunicacionales y necesidades de uso para publicar contenido de la organización en las redes sociales y páginas web. Mod 3: Protocolos de atención al cliente y estrategias de marketing para comunicarse con los clientes Mod 4: Elaboración de contenidos publicitarios para las redes sociales y la planificación de campañas publicitarias
	Duración (en horas)
	150 horas
	Perfil docente
	Formación académica como profesional o técnico de nivel superior en relaciones públicas o marketing
	Colectivos destinatarios
	Educación media completa Conocimientos computacionales nivel usuario
	ENLACE WEB
	http://www.sence.cl

Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMAS FORMATIVOS DE LA OTIC DEL COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO POTENCIALMENTE RELACIONADOS CON EL ENOTURISMO

ÁREA	CURSOS
ADMINISTRACIÓN	Administración Avanzada de Bodega y Control Eficiente de Inventario
	Técnicas en comercio exterior
	Presupuestos
	Tesorería
	Planificación, gestión y control de proyectos
ÁREA DE SERVICIO A LAS PERSONAS	Aplicación De Técnicas De Liderazgo Y Empoderamiento
	Habilidades Comunicacionales Para Atención Del Cliente En Forma Efectiva
	Técnicas De Atención Comercial
	Técnicas de atención a clientes
	Técnicas de Atención de Público
	Técnicas Para El Servicio De Excelencia Al Cliente
	Técnicas de ventas
INFORMÁTICA	Excel aplicado a los Negocios y Administración
ÁREA DE IDIOMAS	Inglés Aplicado A La Comunicación Laboral En La Empresa
	Inglés aplicado a la descripción de productos y servicios
	Desarrollo de competencias del idioma inglés para los negocios
	Aplicación De Técnicas De Cata De Vinos
	Coaching Empresarial
	Lider Coaching