

**OTIC DEL COMERCIO, SERVICIOS Y
TURISMO**
**SERVICIO NACIONAL DE CAPACITACIÓN
Y EMPLEO (SENCE)**
**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
(SERNATUR)**

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

MEMORIA FINAL DE ACTIVIDADES

infyde iD

Enero 2018

Índice

1/ OBJETIVO	1
2/ METODOLOGÍA	1
3/ PLAN DE TRABAJO	6
<i>Herramienta de diagnóstico</i>	<i>6</i>
<i>E1: Elaboración del Mapa Ocupacional.....</i>	<i>7</i>
<i>E2: Elaboración del Mapa Competencial</i>	<i>12</i>
<i>E3: Identificación de las necesidades de capacitación. Elaboración del Mapa de Capacitación.....</i>	<i>15</i>
<i>E4: Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red</i>	<i>16</i>
<i>E5a: Promoción de las actividades asociativas y de la capacidad de colaboración. Plan de Promoción del Asociacionismo.....</i>	<i>25</i>
<i>E5b: Organización y desarrollo de una gira tecnológica internacional para ver la experiencia en Mendoza.....</i>	<i>35</i>
<i>E6: Como parte del programa de capacitación, implementar una metodología de “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO)</i>	<i>38</i>
<i>E7: Evaluación y acreditación de empresas enoturísticas.....</i>	<i>42</i>
ANEXO 1/ LISTADO DE EMPRESAS Y AGENTES ENTREVISTADOS, Y CUESTIONARIO DE OCUPACIONES, COMPETENCIAS Y CAPACIDADES.....	45
ANEXO 2/ PRESENTACIÓN BORRADOR MAPAS (27 JUNIO 2017)	49
ANEXO 3/ RELACIÓN DE ASISTENTES A LAS MESAS DE CONTRASTE DE LOS MAPAS OCUPACIONALES, COMPETENCIAS Y CAPACIDADES (26 JULIO 2017).....	71
ANEXO 4/ INFORME FINAL MAPA OCUPACIONAL, MAPA COMPETENCIAL Y MAPA DE CAPACIDADES.....	73
ANEXO 5/ PROGRAMA DE CAPACITACIÓN: ITINERARIOS FORMATIVOS PARA EL CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO.....	276
ANEXO 6/ SUMARIO EJECUTIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	395
ANEXO 7/ PRESENTACIÓN EN POWER POINT DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	405

ANEXO 8/ PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN.....	432
ANEXO 9/ SÍNTESIS EJECUTIVA DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	438
ANEXO 10/ LISTADO DE ALUMNOS PARTICIPANTES EN LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN “GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA” Y “GUÍA ENOTURÍSTICO”	448
ANEXO 11/ LISTADO DE PERSONAS ENTREVISTADAS Y CUESTIONARIO DEL PROCESO DE PLAN DE ASOCIATIVIDAD.....	450
ANEXO 12/ FORMATO DE ACUERDO BINACIONAL DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD PARA EL ENOTURISMO ENTRE EL VALLE DEL MAIPO (CHILE) Y LA REGIÓN DE MENDOZA (ARGENTINA)....	453
ANEXO 13/ PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	456
ANEXO 14/ INFORME DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS DURANTE LA GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA	510
ANEXO 15/ CUESTIONARIO COMPLETO “SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO): EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE ACTIVIDADES A LA EMPRESA ENOTURÍSTICA DEL VALLE DEL MAIPO”	529
ANEXO 16/ INFORME DE EVALUACIÓN EXTERNA	536
ANEXO 17/ SISTEMA DE ACREDITACIÓN PARA EL ENOTURISMO .	550
ANEXO 18/ LIBRO “EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO”	641
ANEXO 19/ CUESTIONARIOS DE LA HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO EN SOPORTE WEB PARA LA REALIZACIÓN DE DIAGNÓSTICOS.....	714

1/ OBJETIVO

El presente documento recoge la *Memoria Final* de resultados del proyecto “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 contrastar las demandas con la oferta para identificar las brechas de cualificación existentes para el desarrollo competitivo y la especialización inteligente del sector.

Sobre esta base, se ha perseguido elaborar un Programa de Capacitación, en el que se han definido diferentes Módulos de Formación en función de las necesidades detectadas y, posteriormente, determinar los Itinerarios Formativos más adaptados a las ocupaciones identificadas del sector enoturístico y afines, vinculadas a innovación, calidad, internacionalización, gestión y trabajo en red.

2/ METODOLOGÍA

La *metodología* utilizada para la realización de los *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.

Sobre la base de esta información recopilada 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*.

En el marco de este proceso participativo se han realizado, por una parte, *más de 50 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*. 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.

La agenda de las Mesas ha sido 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>

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

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	<p>Puesta en común de los resultados de las Mesas</p> <p><i>Empresas y agentes participantes con la asistencia metodológica por parte de Información y Desarrollo, S.L. (Infyde)</i></p>

Por su parte, la *metodología* utilizada para la realización del *Programa de Capacitación* ha servido de soporte para definir unos Itinerarios Formativos que permitan al capital humano del Valle del Maipo adquirir competencias para el desarrollo de su actividad profesional en un sector estratégico para el valle como es el enoturismo, e identificar los pasos en el itinerario que son necesarios realizar para ascender en su nivel de cualificación.

Para conseguirlo, este Programa de Capacitación ha sido diseñado para **adecuarse al marco nacional vigente en materia de formación y empleo**. De esta forma, persigue que sus contenidos sean coherentes y contribuyan al desarrollo de las siguientes normativas:

- **Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.** El *Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)* y la *Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (ChileValora)*, han promulgado el Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral que tiene como objetivo ser un instrumento para clasificar las actividades profesionales no reconocidas por un título en el sistema educativo, la implementación de itinerarios formativos, y la orientación de la movilidad de las personas en el mercado laboral.

Este marco establece **5 niveles de cualificación**, cada uno de los cuales alcanza un nivel de “**Certificado de formación laboral**” y de “**Certificado de Competencias Laborales**”. A continuación, se presenta la tabla de niveles de cualificación y de Credenciales de Formación y Certificación del Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.

NIVEL	DESCRIPCIÓN	CREDENCIALES DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	
		FORMACIÓN	CERTIFICACIÓN
1	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos de baja complejidad, ejecutando tareas rutinarias, con supervisión de su trabajo y baja autonomía	Certificado de Formación Laboral 1 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 1 (Chilevalora)
2	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones de complejidad media, dentro de un ámbito laboral y/o estudio delimitado con supervisión de su trabajo y poca autonomía	Certificado de Formación Laboral 2 (SENCE) Técnico Nivel Medio (Educación Media) (*)	Certificado de competencias laborales 2 (Chilevalora)
3	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones complejas en un área delimitada dentro de un sector productivo con supervisión asociada a parámetros y autonomía para la implementación de rutinas	Certificado de Formación Laboral 3 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 3 (Chilevalora)
4	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones que integran elementos teóricos y técnicos, pudiendo tener responsabilidades en la coordinación de equipos en un área de trabajo y/o estudio y con rangos amplios de autonomía.	Técnico Nivel Superior (Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 4 (Chilevalora)
5	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos en donde aplican conocimientos amplios y coherentes, con responsabilidad por la gestión de iniciativas y proyectos con diversas variables y escenarios, en uno o más contextos específicos de área de trabajo y/o estudio con alta autonomía.	Título Profesional Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 5 (Chilevalora)

(*) Credenciales del sistema educacional forma que se presenta como referencia

- **Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales.** Es una política pública conducida por la *Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (ChileValora)*, cuya función es el reconocimiento formal de las competencias laborales de las personas, independientemente de cómo hayan sido adquiridas y de si tienen o no un título o grado académico formal.

Este Sistema se concreta mediante *Proyectos de Competencias Laborales*, en los que se diagnóstica la situación y las características del empleo de un sector de actividad, y mediante el diálogo social y el trabajo tripartito entre gobierno, empleadores y trabajadores, se levantan y validan los perfiles ocupacionales clave para el sector. Así:

- Definen **Unidades de Competencias Laborales** que son “*estándares que describen conocimientos, habilidades y aptitudes que una persona debe ser capaz de desempeñar y aplicar en distintas situaciones de trabajo*”.
- También determinan los **Perfiles Ocupacionales** que son “*una agrupación de Unidades de Competencia Laboral (o estándares) relevantes para una determinada área ocupacional u oficio en un sector productivo determinado*”.
- Levantan **Mapas de Proceso** de un sector productivo, que identifican los Perfiles Ocupacionales de la cadena de valor de un sector productivo.
- Elaboran **Rutas Formativas Laborales** que faciliten a los trabajadores construir trayectorias y acceder a su **acreditación de su nivel de cualificación**.

Finalmente, este Programa de Capacitación también ha sido diseñado para contribuir al aprovechamiento por parte del capital humano del Valle del Maipo y de las empresas del sector enoturístico local, de la oferta formativa ya existente en el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).

3/ PLAN DE TRABAJO

El Plan de Trabajo para el desarrollo de este proyecto ha tenido 7 etapas, que han sido las siguientes:

- **Etapa 1:** Elaboración del Mapa Ocupacional.
- **Etapa 2:** Elaboración del Mapa Competencial.
- **Etapa 3:** Elaboración del Mapa de Capacitación. Identificación de las necesidades de capacitación.
- **Etapa 4:** Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red.
- **Etapa 5a:** Promoción de las actividades asociativas y de la capacidad de colaboración. Plan de Promoción del Asociacionismo.
- **Etapa 5b:** Organización y desarrollo de una gira tecnológica internacional para ver la experiencia en Mendoza.
- **Etapa 6:** Incorporación de contenidos sobre la metodología “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO) al Programa de Capacitación en Red.
- **Etapa 7:** Evaluación y acreditación de empresas enoturísticas.

En estas etapas se ha desarrollado un trabajo en el que se han obtenido los siguientes entregables:

Herramienta de diagnóstico

Se ha elaborado una *herramienta de diagnóstico en soporte web*, mediante la utilización del software “Survey Monkey” específico para el diseño de cuestionarios y encuestas.

La herramienta se encuentra disponible “on-line”, por lo que es accesible para su utilización en futuros proyectos en el siguiente enlace:

- Username: *EnoturismoMaipo*
- Password: *Valledelmaipo*

La dirección web donde se pueden encontrar es la siguiente:
<https://es.surveymonkey.com/>

Mediante esta herramienta se han diseñado dos “*cuestionarios*” dirigidos a la recopilación de información de los agentes del enoturismo del Valle del Maipo sobre la situación del capital humano y sus demandas de capacitación, así como sobre sus demandas para el desarrollo de la asociatividad.

Los dos cuestionarios diseñados y utilizados en el proyecto son los siguientes:

1. *“Ocupaciones, Competencias y Capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo”*²
2. *“Asociatividad para el enoturismo en el Valle del Maipo”*³.

E1: Elaboración del Mapa Ocupacional

Las tareas realizadas por INFYDE para la elaboración de este entregable han sido las siguientes:

Tarea 1.1 Identificar la cadena de valor del sector enoturístico

INFYDE ha identificado la cadena de valor del enoturismo, incorporando los sectores afines y complementarios con objeto de identificar el campo de actuación.

INFYDE ha revisado la documentación y bibliografía existente relacionada con la caracterización de la cadena de valor del enoturismo de Chile. Ha encontrado la siguiente definición.

*“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”*⁴.

² Ver cuestionario completo en Anexo 19

³ Ver cuestionario completo en Anexo 19

⁴ Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central”. Hoja de Ruta 2017

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 importante⁵, aunque disgregada y poco coordinada.

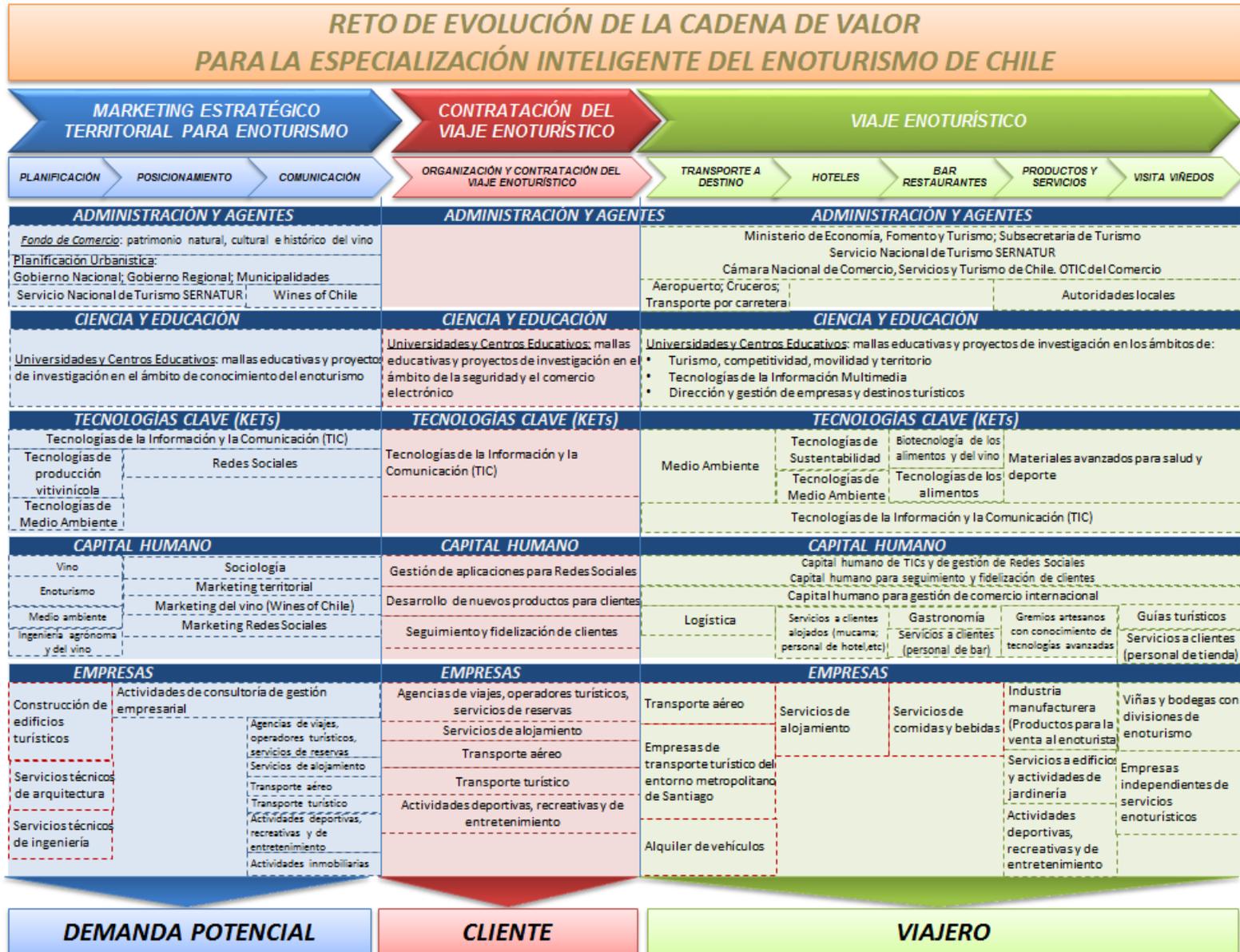
CADENA DE VALOR DEL ENOTURISMO EN CHILE		
ESLABONES	DESCRIPCIÓN	AGENTES CLAVE
Núcleo de actividad del enoturismo	La vitivinicultura y la cultura del vino se constituyen en el núcleo de actividad del enoturismo.	Los agentes indispensables son los viñedos y las viñas , que ofrecen el descubrimiento de 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

A continuación, se presenta una *visión inicial de esta cadena de valor general que*, como consecuencia de las tendencias observadas, *el sector ha de desarrollar para impulsar su especialización inteligente en el entorno global*.

⁵ Diagnóstico de la cadena de valor del enoturismo en Chile. Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente "Enoturismo Sustentable de la Zona Central"

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



Fuente: elaboración de Infyde

Tarea 1.2 Revisión bibliográfica y estadística

INFYDE ha realizado una revisión documental de Estrategias existentes que han servido de base y de contexto para el desarrollo de este proyecto.

De manera específica, se ha analizado en profundidad el **Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable de la Zona Central”**, que ha diseñado una Hoja de Ruta para el impulso competitivo del sector enoturístico en el entorno global.

INFYDE también ha entrevistado a responsables de la gestión de este Programa Estratégico, para conocer sus contenidos en profundidad y analizar su orientación estratégica en la actualidad y su grado de implementación.

La Hoja de Ruta del Programa Estratégico 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**.

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”.

Tarea 1.3 Entrevistas en profundidad a empresas

Para identificar las ocupaciones específicas relacionadas en la cadena de valor del sector enoturístico, INFYDE ha utilizado la información recopilada en las más de 50 entrevistas realizadas a agentes y empresas⁶.

Tarea 1.4 Elaboración del borrador del Mapa Ocupacional del sector enoturístico

INFYDE ha elaborado un primer borrador del Informe, que entregó a SENCE y SERNATUR con fecha de **23 de Junio de 2017**. INFYDE realizó una presentación de este primer borrador a SERNATUR, en su sede, en fecha **28 de Junio de 2017**⁷.

Tarea 1.5 Contraste del Borrador del Mapa Ocupacional

INFYDE ha realizado *Mesas de Contraste el 26 de julio de 2017 en Viña Santa Rita*, dirigidas a presentar el borrador del Informe y a recopilar observaciones por parte de los agentes y empresas del sector.

A la derecha se presenta la agenda de las Mesas de Contraste.



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

MESAS DE CONTRASTE

“MAPA OCUPACIONAL, MAPA DE COMPETENCIAS Y MAPA DE CAPACIDADES DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO”

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	VALORAR EL NIVEL DE PRIORIDAD DE LAS OCUPACIONES (nivel de prioridad 1 nada prioritario y 5 muy prioritaria)
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍAS ENOTURÍSTICOS SOMELIERS	
GESTIÓN DEL NEGOCIO	GESTORES DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS TÉCNICOS MULTIDISCIPLINARES DE SERVICIO ENOTURÍSTICO (GUÍAS, VENDEDORES, CALABRÉS, CONDUCTORES, ...)	
INNOVACIÓN	GUÍAS MULTIDISCIPLINARES (VINO, TREKKING, BICICLETA, BIENESTAR, ...) 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 Ver listado de empresas entrevistadas en el Anexo 1

⁷ Ver Anexo 2

Las Mesas de Contraste realizadas el 26 de julio de 2017 en Viña Santa Rita tuvieron como objetivo contrastar los borradores de los siguientes documentos:

- E1 Mapa Ocupacional del sector enoturístico del Valle del Maipo.
- E2 Mapa Competencial del sector enoturístico del Valle del Maipo.
- E3 Mapa de capacidades del sector enoturístico del Valle del Maipo.

La relación de asistentes se presenta en el Anexo 3.

Tarea 1.6 Redacción final del Mapa Ocupacional

Una vez contrastado con las empresas y entidades pública se ha redactado la versión definitiva del Mapa Ocupacional⁸.

E2: Elaboración del Mapa Competencial

Tarea 2.1 Entrevistas en profundidad a empresas del sector enoturístico

Para identificar las competencias específicas relacionadas en la cadena de valor del sector enoturístico, INFYDE ha utilizado la información recopilada en las más de 50 entrevistas realizadas a agentes y empresas⁹.

Tarea 2.2 Entrevistas en profundidad a empresas TIC y empresas tecnológicas y de conocimiento

Para identificar las competencias específicas en tecnología y conocimiento, INFYDE ha utilizado la información recopilada en las más de 50 entrevistas realizadas a agentes y empresas, esencialmente a empresas de oferta complementaria y a centros educativos y de formación¹⁰.

⁸ Ver Anexo 4

⁹ Ver listado de empresas entrevistadas en el Anexo 1

¹⁰ Ver listado de empresas entrevistadas en el Anexo 1

Tarea 2.3 Revisión bibliográfica y documental sobre tendencias existentes a nivel internacional con aplicabilidad en el sector enoturístico

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 interés¹¹ 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.

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.

¹¹ Ver fichas individuales descriptivas de los Programas internacionales de interés en el Anexo 4

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.

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.

Tarea 2.4 Elaboración del borrador del Mapa Competencial

INFYDE ha elaborado un primer borrador del Informe, que entregó a SENCE y SERNATUR con fecha de *23 de Junio de 2017*. INFYDE realizó una presentación de este primer borrador a SERNATUR, en su sede, en fecha *28 de Junio de 2017*¹².

Tarea 2.5 Contraste del borrador del Mapa Competencial

INFYDE ha realizado *Mesas de Contraste el 26 de julio de 2017 en Viña Santa Rita*, dirigidas a presentar el borrador del Informe y a recopilar observaciones por parte de los agentes y empresas del sector.

Tarea 2.6 Redacción de la versión final del Mapa Competencial

Una vez contrastado con las empresas y entidades pública se ha redactado la versión definitiva del Mapa Competencial¹³.

¹² Ver Anexo 2

¹³ Ver Anexo 4

E3: Identificación de las necesidades de capacitación. Elaboración del Mapa de Capacitación

Tarea 3.1 Entrevistas en profundidad a entidades vinculadas a la oferta formativa destinada al sector

Para identificar las capacidades formativas y oferta de capacitación relacionada con el enoturismo existente en el entorno, INFYDE ha utilizado la información recopilada en las más de 50 entrevistas realizadas a agentes y empresas, esencialmente a centros educativos y de formación¹⁴.

Tarea 3.2 Entrevistas en profundidad a empresas del sector enoturístico

Para identificar las capacidades y demandas específicas relacionadas en la cadena de valor del sector enoturístico, INFYDE ha utilizado la información recopilada en las más de 50 entrevistas realizadas a agentes y empresas.

Tarea 3.3 Elaboración del borrador del Mapa de Capacitación

INFYDE ha elaborado un primer borrador del Informe, que entregó a SENCE y SERNATUR con fecha de *23 de Junio de 2017*. INFYDE realizó una presentación de este primer borrador a SERNATUR, en su sede, en fecha *28 de Junio de 2017*¹⁵.

Tarea 3.4 Contraste del borrador del Mapa de Capacitación

INFYDE ha realizado *Mesas de Contraste el 26 de julio de 2017 en Viña Santa Rita*, dirigidas a presentar el borrador del Informe y a recopilar observaciones por parte de los agentes y empresas del sector.

Tarea 3.5 Redacción de la versión final del Mapa de Capacitación.

Una vez contrastado con las empresas y entidades pública se ha redactado la versión definitiva del Mapa de Capacitación¹⁶.

¹⁴ Ver listado de empresas entrevistadas en el Anexo 1

¹⁵ Ver Anexo 2

¹⁶ Ver Anexo 4

E4: Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

En esta etapa, INFYDE ha elaborado los Itinerarios Formativos y el Programa de Capacitación para el sector enoturístico del Valle del Maipo.

Este Programa de Capacitación se ha diseñado tomando como base las conclusiones alcanzadas en el *Mapa Ocupacional, el Mapa Competencial y el Mapa de Capacidades* elaborados durante la primera etapa del proyecto de “*análisis de perfiles ocupacionales, competencias requeridas y capacidades del capital humano para el sector de enoturismo en el Valle del Maipo (Región Metropolitana)*”.

Tarea 4.1 Definición de los Itinerarios Formativos más adecuados para cada una de las ocupaciones del sector enoturístico

Los itinerarios Formativos han sido diseñados partiendo del análisis de la cadena de valor del sector enoturístico en el Valle del Maipo.

El análisis de la información recopilada concluye que la cadena de valor del enoturismo está integrada por *tres procesos clave*, que son:

- el *marketing estratégico territorial para el enoturismo*,
- la *contratación del viaje enoturístico*, y
- el *desarrollo del propio viaje de turismo del vino*.

Cada uno de estos grandes procesos está integrado por un conjunto de sub-procesos, que se presentan en el siguiente gráfico.

Sector enoturismo de Chile. Procesos y subprocesos clave de la cadena de valor



Fuente: elaboración de Infyde.

INFYDE ha realizado una descripción de cada uno de los subprocesos clave de la cadena de valor, así como los perfiles ocupacionales relacionados con cada uno de los procesos. Sobre esta base, INFYDE ha elaborado unos Itinerarios Formativos, que han incluido los siguientes contenidos:

- Los contenidos específicos en cada módulo.
- La selección de la modalidad de impartición.
- La duración de módulos.
- Los Itinerarios a seguir, esto es, la correlación de módulos formativos más adecuados para cada ocupación, atendiendo a la adquisición y el desarrollo de conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes necesarias para el desempeño en el puesto de trabajo.

Los contenidos de esta tarea se presentan en el Informe *“Programa de Capacitación: Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo”*¹⁷

Tarea 4.2 Definición del Programa de Capacitación

El Programa de capacitación elaborado por INFYDE ha incluido los siguientes contenidos:

- Programación
- Perfiles de participantes
- Costo
- Lugar/es de impartición
- Selección de ponentes y expertos para la impartición de la formación y capacitación
- Diseño de certificaciones

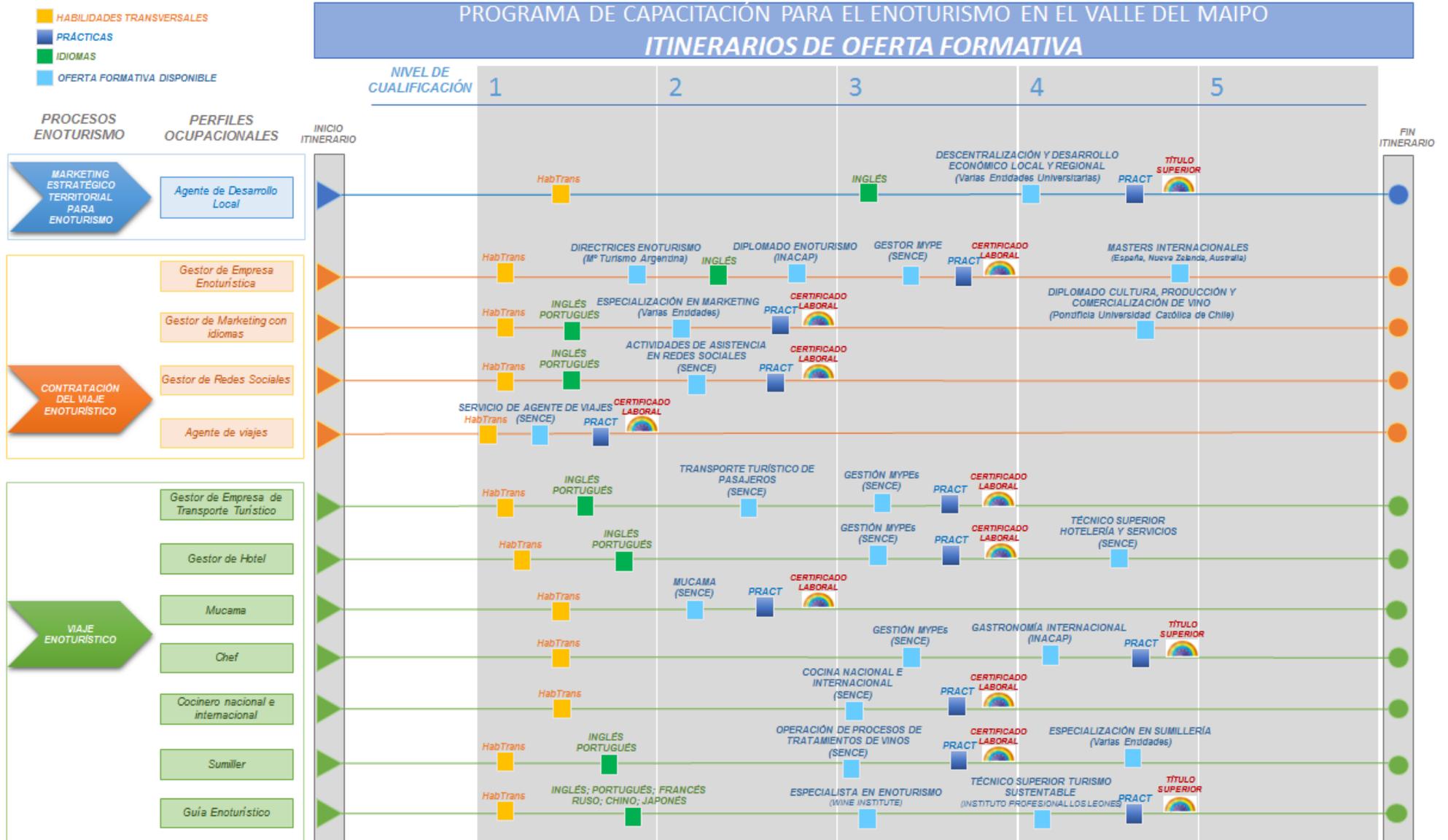
Los contenidos de esta tarea se presentan en el Informe *“Programa de Capacitación: Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo”*. INFYDE también ha realizado una *“Sumario Ejecutivo”*¹⁸ y una *“presentación en Power Point”*¹⁹ del Programa de Capacitación.

A continuación, se presentan los Itinerarios priorizados del Programa de capacitación, así como la propuesta de perfiles a crear y mejorar (en el caso de que ya existan).

¹⁷ Ver Anexo 5

¹⁸ Ver Anexo 6

¹⁹ Ver Anexo 7



Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final 20 de Actividades

PERFILES OCUPACIONALES ENOTURISMO				CREACIÓN / MEJORA DE PERFILES
PERFIL	¿SENCE TIENE CURSO RELACIONADO?	¿CHILE VALORA LO TIENE HOMOLOGADO?	¿ES ADECUADO INCLUIRLO EN EL PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN?	
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	NO	SI	SENCE propone no incluirlo	A desarrollar con la oferta universitaria. Desarrollar contenidos de planificación territorial y marketing territorial para el turismo. Desarrollar contenidos de TIC y gestión de empresas avanzadas de servicios al turismo. Desarrollar conocimientos sobre cadenas de valor Vincular al capital humano de las municipalidades con las empresas del enoturismo de las comunas. Capacitar al capital humano de desarrollo local de las municipalidades.
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	Tiene uno relacionado "GESTOR MYPE"	NO	SI prioritario como acción piloto	El resultado del estudio considera prioritaria la creación del perfil
GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	NO	NO	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	El resultado del estudio considera prioritaria la creación contenidos de capacitación para formar a los gestores enoturísticos y a los guías enoturísticos, pero no crear un perfil específico.
GESTOR DE REDES SOCIALES	SI "Actividades de Asistencia en Redes Sociales"	Tiene uno que se llama "COMMUNITY MANAGER", pero que no está pensado para aplicarse a turismo	SI prioritario, a integrarlo en la capacitación de la acción piloto	
AGENTE DE VIAJES	SI "Servicio de agente de viajes"	SI ("Agente de viajes")	NO	El resultado del estudio demanda la especialización de las agencias de viajes y tour operadores para diseñar y ofrecer productos turísticos innovadores relacionados con el vino
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	SI "Transporte turístico de pasajeros" Tiene también el de "Gestor MYPE"	NO	SI a desarrollar en el futuro	"Lo óptimo sería ofrecer los dos cursos de SENCE ("transporte turístico de pasajeros" y "gestor de PYMEs") de forma coordinada a un grupo de alumnos seleccionados. Habría que completarlo con contenidos de Turismo. Dar ese complemento mediante un curso de "Asociatividad en turismo del vino"
GESTOR DE HOTEL	NO (solo el de "Gestor MYPE" pero que no tiene nada que ver)	NO	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	Desarrollo de oferta de capacitación en "Gestión enoturística", que incluya la gestión de hoteles y esté abierto a varios perfiles (transversal) El estudio no considera prioritaria a corto plazo la creación de este perfil en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias
MUCAMA	SI ("Mucama")	SI	NO	El resultado del estudio no considera prioritaria la mejora del perfil
CHEF	NO	SI "Chef Ejecutivo"	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	Desarrollo de oferta de capacitación en especializadas de gastronomía y de gestión de empresas de restauración (restaurantes, concesionarias de gastronomía a las viñas, etc), contando con la oferta de base existente en este ámbito de conocimiento (como la Escuela de los Sentidos, INACAP, o cursos de SENCE, entre otros) El resultado del estudio considera oportuno el reconocimiento de las Competencias Profesionales de los profesionales que llevan desarrollando su actividad durante años en los restaurantes del entorno, y transferirles nuevas capacidades relacionadas con la gastronomía local y el mundo del vino
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	SI ("Cocina nacional e internacional")	NO		
SUMILLER	Tiene uno llamado "Operación de procesos de tratamientos de vinos", pero está orientado a producción, no a servicios	NO		
GUÍA ENOTURÍSTICO	NO	Existe uno denominado "Guía de enoturismo" para el sector de "Elaboración de alimentos y bebidas" subsector "vitivinícola". También hay un perfil de "Guía Turístico General"	SI prioritario como acción piloto	El resultado del estudio considera prioritaria la adecuación y desarrollo del perfil a las necesidades de desarrollo de servicios turísticos por parte de las empresas enoturísticas y de los retos de planificación del territorio y de apoyo a la asociatividad de las municipalidades

Tarea 4.3 Difusión y comunicación del Programa de Formación y Capacitación a las empresas del sector

INFYDE ha realizado un “*Plan de Difusión y Comunicación del Programa de Formación y Capacitación*”²⁰. El objetivo del Plan ha sido dar a conocer los itinerarios y las acciones formativas a desarrollar a lo largo del proyecto.

Adicionalmente, INFYDE ha elaborado una “*Síntesis Ejecutiva del Programa de Formación y Capacitación*”²¹, para ser utilizado como herramienta de presentación de los contenidos del programa durante las reuniones, jornadas y eventos desarrollados durante el proyecto.

Tarea 4.4 Desarrollo del Programa de capacitación en el Valle de Maipo

INFYDE ha diseñado y realizado acciones de capacitación del Programa de Capacitación del enoturismo del Valle del Maipo.

Las acciones de capacitación realizadas han sido la siguientes:

- “*Gestor de Empresa Enoturística*”
- “*Guía Enoturístico*”

Las actuaciones de capacitación han sido realizadas los días 7, 8 y 9 de Noviembre de 2017, en las salas de capacitación de Viña Santa Rita.

A continuación, se presentan los programas de los dos cursos de capacitación.

²⁰ Ver Anexo 8

²¹ Ver Anexo 9

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la 22
Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades**



1

ACCIÓN DE CAPACITACIÓN “GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA”

OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturístico del Valle del Maipo.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

La acción de capacitación está dirigida al siguiente perfil de participantes:

- Gestores de líneas de negocio de enoturismo del Valle del Maipo.
- Profesionales del Valle del Maipo con interés en desarrollar su carrera profesional en la gestión de líneas de negocio enoturístico.

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Viña Santa Rita (Av. Virginia Subercaseaux, Pirque, Región Metropolitana)

FECHAS DE CELEBRACIÓN

7, 8 y 9 de Noviembre de 2017

CONTENIDOS

GUÍA EMPRESA ENOTURÍSTICA				
ÁREA	CONTENIDO	DURACIÓN	PONENTES	FECHA
ESTRATEGIA	Comportamiento del turista y segmentación de mercados	2 horas	Dña Paula Quiral	7 <u>Noviembre</u>
	Productos y servicios enoturísticos	2 horas	Dña Paula Quiral	9 a 13 horas
GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA	El enoturismo como modelo de negocio	2 horas	D. Nelson Muñoz	7 <u>Noviembre</u>
	Dirección y estrategia del negocio de enoturismo	2 horas	D. Nelson Muñoz	14 a 18 horas
MARKETING	La digitalización del negocio enoturístico	4 horas	Dña Paula Quiral	8 <u>Noviembre</u> 9 a 13 horas
	Plan de Marketing enoturístico	2 horas	Dña Paula Quiral	8 <u>Noviembre</u> 14 a 16 horas
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA	Conceptos clave para la gestión económico-financiera del negocio enoturístico	2 horas	D. Nelson Muñoz	8 <u>Noviembre</u> 16 a 18 horas
	Plan de Gestión	4 horas	D. Nelson Muñoz	9 <u>Noviembre</u> 9 a 13 horas
ASOCIATIVIDAD	Caso de región líder en turismo del vino	2 horas	D. Gabriel Fidel (Experto Internacional)	9 <u>Noviembre</u>
	Redes de asociatividad para el enoturismo	2 horas		14 a 18 horas
TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN		24 HORAS		



2

HOJA DE INSCRIPCIÓN

NOMBRE	
APELLIDOS	
RUT	
FECHA DE NACIMIENTO	
DIRECCIÓN	
CIUDAD	
TELEFONO	
CORREO ELECTRÓNICO	
PROFESIÓN	
TITULACIÓN ACADÉMICA	
ORGANIZACIÓN EN LA QUE TRABAJA	
CARGO	

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

Los requisitos para participar en este curso son:

- Desarrollar actividad profesional en algún ámbito de la gestión de actividades y servicios de enoturismo en alguna viña del Valle del Maipo.
- Tener alguna titulación o experiencia profesional en el ámbito del turismo, o actividades relacionadas con el turismo y su oferta complementaria (restaurantes, alojamientos, servicios de ocio y entretenimiento, de actividades deportivas o culturales, etc).

DOCUMENTACIÓN A ADJUNTAR

La documentación a adjuntar es la siguiente:

- Copia del Documento Nacional de Identidad.
- Breve Curriculum Vitae de 2 páginas de extensión máxima.

Enviar hoja de inscripción y documentación adjunta por correo electrónico a carlosdiez@infyde.eu, antes del 1 de Noviembre de 2017.

ACCIÓN DE CAPACITACIÓN “GUÍA ENOTURÍSTICO”

OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

Desarrollar capacidades para la gestión de visitas y eventos enoturísticos en las bodegas del Valle del Maipo.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

La acción de capacitación está dirigida al siguiente perfil de participantes:

- Guías de enoturismo del Valle del Maipo.
- Profesionales del Valle del Maipo con interés en desarrollar su carrera profesional como Guías Enoturísticos.

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Víña Santa Rita (Av. Virginia Subercaseaux, Pirque, Región Metropolitana)

FECHAS DE CELEBRACIÓN

7, 8 y 9 de Noviembre de 2017

CONTENIDOS

GUÍA ENOTURÍSTICO				
ÁREA	CONTENIDO	DURACIÓN	PONENTES	FECHA
CULTURA Y TURISMO DEL VINO	Cultura y enología del Valle del Maipo	2 horas	D. Gonzalo Rojas	7 <u>Noviembre</u>
	Mapa de oferta turística del Valle del Maipo (gastronomía, alojamiento, ocio, deporte)	2 horas	D. Gonzalo Rojas	9 a 13 horas
CALIDAD DEL SERVICIO	El relato de la experiencia vinícola para el turista	4 horas	Escuela de los Sentidos	7 <u>Noviembre</u> 14 a 18 horas
HABILIDADES PROFESIONALES	Diseño y organización de visitas, catas, itinerarios y eventos	4 horas	D. Pascual <u>Rojas</u> (Escuela de los Sentidos)	8 <u>Noviembre</u> 9 a 13 horas
	Técnicas de comunicación y habilidades de servicio para los tours	4 horas	D. Pascual <u>Rojas</u> (Escuela de los Sentidos)	8 <u>Noviembre</u> 14 a 18 horas
ASOCIATIVIDAD	Caso de región líder en turismo del vino	2 horas	D. Gabriel Fidel (Experto Internacional)	9 <u>Noviembre</u>
	Redes de asociatividad para el enoturismo	2 horas	D. Gabriel Fidel (Experto Internacional)	9 a 13 horas

TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN **20 HORAS**

HOJA DE INSCRIPCIÓN

NOMBRE	
APELLIDOS	
RUT	
FECHA DE NACIMIENTO	
DIRECCIÓN	
CIUDAD	
TELEFONO	
CORREO ELECTRÓNICO	
PROFESIÓN	
TITULACIÓN ACADÉMICA	
ORGANIZACIÓN EN LA QUE TRABAJA	
CARGO	

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

Los requisitos para participar en este curso son:

- Desarrollar actividad profesional como Guía de enoturismo en alguna viña del Valle del Maipo.
- Tener alguna titulación o experiencia profesional en el ámbito del turismo, guía turístico, o actividades relacionadas con el turismo y su oferta complementaria (restaurantes, alojamientos, servicios de ocio y entretenimiento, de actividades deportivas o culturales, etc).

DOCUMENTACIÓN A ADJUNTAR

La documentación a adjuntar es la siguiente:

- Copia del Documento Nacional de Identidad.
- Breve Curriculum Vitae de 2 páginas de extensión máxima.

Enviar hoja de inscripción y documentación adjunta por correo electrónico a carlosdiez@infyde.eu, antes del 1 de Noviembre de 2017.

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 24 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

La relación de participantes en los cursos se puede consultar en el Anexo 10.

A los participantes en los cursos de capacitación se les realizó entrega de un Diploma. A continuación, se presenta el formato de Diploma entregado a los alumnos.



infyde ID

CERTIFICADO

Don **CRISTIAN MOLINARE PIMENTEL**, ha asistido a la capacitación de **"GUÍA ENOTURISTICO"** realizada en los días 7, 8 y 9 de noviembre de 2017, con una duración de 20 horas, en el marco del proyecto **"PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO"**, con los siguientes contenidos:

- ✓ Cultura y enología del Valle del Maipo
- ✓ Mapa de oferta turística del Valle del Maipo (gastronomía, alojamiento, ocio, deporte)
- ✓ El relato de la experiencia vinícola para el turista
- ✓ Diseño y organización de visitas, catas, itinerarios y eventos enoturísticos
- ✓ Técnicas de comunicación y habilidades de servicio para los tours enoturísticos
- ✓ Caso de región líder en turismo del vino
- ✓ Redes de asociatividad para el enoturismo

En Santiago de Chile, 11 de Diciembre de 2017

INFORMACION Y DESARROLLO S.A.
Avenida Zúgarraia, 5-3ª Planta
48930 LAS ARENAS (Bizkaia) España
Tel: (34) 94 480 40 95
Fax: (34) 94 480 19 39
e-mail: infyde@infyde.eu

Carlos Díez Fuente
Director del Proyecto



E5a: Promoción de las actividades asociativas y de la capacidad de colaboración. Plan de Promoción del Asociacionismo

Tarea 5a.1 Entrevistas en profundidad a empresas del sector enoturístico y de sectores complementarios, tanto del Valle de Maipo como del Área Metropolitana de Santiago

INFYDE ha realizado entrevistas a empresas dirigidas a identificar sus demandas de asociatividad para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo. La relación de empresas entrevistadas se presenta en el Anexo 11.

Tarea 5a.2 Entrevistas en profundidad a instituciones vinculadas al sector y que, a través de la promoción de actividades, financiamiento, etc., pueden impulsar el asociacionismo y el trabajo en red

INFYDE ha realizado entrevistas a instituciones vinculadas al sector dirigidas a identificar sus demandas de asociatividad para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo. La relación de instituciones entrevistadas se presenta en el Anexo 11.

Tarea 5a.3 Inclusión en los Itinerarios Formativos y en el Programa de Capacitación

INFYDE ha abordado las ventajas del trabajo en Red, y las ventajas de dinámicas de trabajo y herramientas que facilitan el desarrollo de proyectos en colaboración. Para ello, ha diseñado un cuestionario “on-line”, que se encuentra en la herramienta de diagnósticos “on-line”²².

El objetivo de este cuestionario ha consistido en recopilar información para conocer los intereses para la asociatividad de las viñas, las empresas de oferta complementaria y los agentes locales relacionados con el enoturismo en el Valle del Maipo, incidiendo de manera específica en trabajar las ventajas del trabajo en red y del desarrollo de herramientas que facilitan la colaboración.

²² Ver sitio web y claves de la herramienta en la página 7 de este Informe Final

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 26
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades*

La base del cuestionario ha sido la siguiente:

**ÍNDICE DEL CUESTIONARIO SOBRE ASOCIATIVIDAD Y TRABAJO EN RED
PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO**

¿Ha cooperado ya con otras viñas o empresas de enoturismo? Describir las actividades de asociatividad realizadas y con quien.

¿Valore su interés en cooperar (valorar de 1 a 5)?

¿Qué objetivos le interesan para la asociatividad (valorar de 1 a 5)?

- Definir un concepto de destino enoturístico para el Valle del Maipo
- Desarrollar nuevos negocios en cooperación
- Invertir en infraestructuras y equipamientos de interés común
- Crear plataformas on-line para difundir el destino Valle del Maipo y atraer enoturistas
- Capacitar a capital humano

¿Qué nuevos negocios concretos le interesa realizar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

- Invertir en desarrollar y posicionar el destino Enoturismo Valle del Maipo
- Promoción nacional de Enoturismo Valle del Maipo
- Promoción internacional de Enoturismo Valle del Maipo
- Crear nuevos productos y servicios enoturísticos en asociatividad
- Otros cuáles

¿Qué infraestructuras y equipamientos de interés común le interesa que sean desarrolladas (valorar de 1 a 5)?

- Señalética
- Habilitación de espacios públicos de encuentro (Plazas públicas)
- Zonas de descanso en las carreteras y accesos
- Centros de interpretación vinícola del valle
- Mapas ubicando puntos de interés
- Arreglo de calles y accesos
- Otros: cuales

¿Qué herramientas tecnológicas de venta le interesa desarrollar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

- Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo
- Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo, que incorpore también a los restaurantes, hoteles y centros deportivo-culturales
- Una plataforma on-line de contratación de servicios y viajes enoturísticos del Valle del Maipo
- Un servicio común de análisis de datos del movimiento de los turistas (big-data)
- Una plataforma común de redes sociales para la fidelización de visitantes

¿Qué actividades de capacitación le interesa realizar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

- Un Programa de itinerarios de Capacitación específico para el enoturismo del Valle
- Cursos de estrategia y gestión empresarial enoturística
- Cursos de marketing on-line
- Cursos de gestores de redes sociales
- Cursos de guías enoturísticos
- Cursos de desarrollo económico local
- Sesiones de asesoramiento para la gestión del negocio enoturístico
- Sesiones de asesoramiento para la asociatividad

¿Con quién le interesa cooperar (valorar de 1 a 5)?

- Con otras viñas del Valle del Maipo
- Con restaurantes (identificar cuáles)

ÍNDICE DEL CUESTIONARIO SOBRE ASOCIATIVIDAD Y TRABAJO EN RED PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

- Con hoteles y alojamientos (identificar cuáles)
 - Con empresas de entretenimiento, excursiones y actividades culturales (identificar cuáles)
 - Con tour operadores (identificar cuáles)
 - Con hoteles para atraer a sus turistas alojados (identificar cuáles)
 - Con las municipalidades (identificar cuáles)
 - Con centros formativos (identificar cuáles)
 - Otros: cuales
- ¿Qué dificultades encuentra para la asociatividad?
- No percibo su rentabilidad
 - No quiero asociatividad con la competencia
 - Carencia de una estrategia común
 - Carencia de definición de actividades concretas para poner en marcha
 - Carencia de financiación
 - Carencia de capital humano cualificado para realizar la asociatividad
 - Otros (cuales)

Tarea 5a.4 Desarrollo de dinámicas grupales entre empresas del Valle de Maipo y empresas del Área Metropolitana de Santiago

INFYDE ha trabajado en la generación de ideas para el desarrollo de proyectos conjuntos. Para ello, ha organizado una Mesa de Trabajo dirigida a promover y organizar que las empresas enoturísticas del Valle del Maipo se encuentren y conversen sobre posibles ámbitos de cooperación entre ellas, y entre el Valle del Maipo y otros valles enoturísticas, en especial con la Región de Mendoza en Argentina.

Para ello, *en primer lugar*, se ha realizado una *Jornada de Difusión* dirigida a presentar a las viñas el plan de actividades a desarrollar para promover la Asociatividad.

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 28
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades**



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

JORNADA DE DIFUSIÓN

"PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO: GIRA TECNOLÓGICA A LA REGIÓN ENOTURÍSTICA DE MENDOZA (ARGENTINA)"

FECHA: 12 de OCTUBRE de 2017 de 16 a 17 horas p.m.
LUGAR: Hotel Plaza San Francisco (Av. Libertador Bernardo O'Higgins 816, Santiago)

El Servicio Nacional de Turismo SERNATUR, con el apoyo del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE, apoyan el desarrollo competitivo de las empresas y del capital humano del sector enoturístico nacional, en coherencia con los lineamientos del "Programa Estratégico Mesoregional de Enoturismo" y con el "Plan de acción Región Metropolitana Sector Turismo 2014-2018".

Para ello, 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 piloto "Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en el Valle del Maipo (Región Metropolitana)".

Persigue, entre otros objetivos, *promover la asociatividad entre las viñas enoturísticas y las empresas de oferta complementaria del Valle del Maipo, así como entre estas y las viñas enoturísticas de Mendoza (Argentina).*

En este marco, le invitamos a participar en una Jornada de Difusión dirigida a presentar las actividades planificadas los próximos meses para la promoción de la asociatividad en el enoturismo del Valle del Maipo.

A continuación, le enviamos la agenda. Esperamos contar con su participación.

JORNADA DE DIFUSIÓN 12 DE OCTUBRE 2017	
"PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO: GIRA TECNOLÓGICA A LA REGIÓN ENOTURÍSTICA DE MENDOZA (ARGENTINA)"	
HORARIO	AGENDA
16:00-17:00	Plan de Actividades para la promoción de la Asociatividad en el Enoturismo del Valle del Maipo: Gira Tecnológica a la Región Enoturística de Mendoza (Argentina) SENCE SERNATUR Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, OTIC del Comercio

Se ha elaborado material de trabajo para promover la asociatividad entre las viñas. A continuación, se presenta el plan de actividades planteadas a las viñas para su realización.

PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

SERVICIOS A LAS EMPRESAS DE SEPTIEMBRE A DICIEMBRE DE 2017

1	2	3	4
<p>UNA ENTREVISTA PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE ITINERARIOS DE CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO</p> <p><i>Una hora y media de duración máxima</i></p> <p><i>Objetivo: presentar el diagnóstico de itinerarios para el capital humano del enoturismo</i></p> <p><i>Reflexionar y recoger información sobre líneas de interés para la asociatividad</i></p>	<p>RECEPCIÓN DE UN INFORME DE IDENTIFICACIÓN DE LÍNEAS DE INTERÉS PARA LA ASOCIATIVIDAD</p> <p><i>Elaborado por INFYDE</i></p> <p><i>Objetivo: presentar un análisis de la situación para la asociatividad, identificar las áreas de interés y las oportunidades para la cooperación entre las empresas</i></p>	<p>MESA DE TRABAJO 1</p> <p><i>Objetivo: compartir las líneas de interés entre las empresas participantes</i></p> <p><i>Preparar estrategias para el mayor aprovechamiento de la Gira Tecnológica a Mendoza</i></p>	<p>GIRA A MENDOZA</p> <p><i>Objetivo: conocer la experiencia enoturística de Mendoza</i></p> <p><i>Buscar líneas de cooperación</i></p>
<p>TRABAJO DE TERRENO</p> <p>Del 18 de septiembre al 12 de octubre</p>		<p>MESA</p> <p>Octubre</p>	

Nota: las fechas son una propuesta aproximativa, pendiente de confirmar en función del encaje de las agendas
En cualquier caso, las actividades del proyecto finalizan el 10 de Enero de 2018
La relación de capacitación es una propuesta inicial pendiente de confirmación en función de las necesidades de asociatividad de las empresas

En *segundo lugar*, se ha organizado una *Mesa de Trabajo*. Esta Mesa de trabajo se ha desarrollado de manera innovadora.

La Mesa de trabajo se ha realizado durante la Gira tecnológica a Mendoza. En ella han participado todas las viñas participantes en la Gira, junto con representantes del turismo del vino de la región de Mendoza.

La Mesa de trabajo se ha desarrollado mediante la *visita a la bodega Casa el Enemigo*. Allí se ha realizado una tabla de trabajo con el enólogo de prestigio internacional Alejandro Vigil.

Se ha realizado una visita de trabajo al evento enoturístico y vitivinícola “enemigowines”:

- *Visita a feria vinícola “enemigowines”* organizada por Casa El Enemigo (<http://www.enemigowines.com/story/>). El objetivo de esta actividad ha consistido en *desarrollar una dinámica grupal mediante la visita a un encuentro de negocios y asociatividad de las empresas y las instituciones de Mendoza*, como forma de adquirir aprendizajes que permitan impulsar un destino turístico común para el Valle del Maipo.
- Para ello, se ha realizado una visita de trabajo a la feria de bodegas pequeñas y boutique organizada por la Casa El Enemigo, propiedad del enólogo de reconocido prestigio Alejandro Vigil, que ha presentado su visión sobre la situación del mercado de los vinos y del enoturismo en la región de Mendoza, participando en un debate junto con las viñas del Valle del Maipo.

Tarea 5a.5 Asistencia Técnica Experta para apoyar proyectos conjuntos

INFYDE ha realizado Asistencia Técnica Experta a las viñas del Valle del Maipo para estructurar y apoyar proyectos conjuntos.

La asistencia técnica experta ha sido realizada por los consultores del equipo de trabajo de INFYDE, atendiendo a las demandas y requerimientos de asesoramiento planteados por las empresas.

La asistencia experta se ha realizado mediante asesoramiento personalizado a cada viña, mediante los siguientes mecanismos:

- *Entrevistas personales*²³ para la identificación de los retos y necesidades de asociatividad de cada una de las viñas participantes en el proyecto. El enfoque metodológico utilizado para el desarrollo de las entrevistas individualizadas con cada viña para el desarrollo de asistencia técnica para la asociatividad, ha estado basado en el “Sistema inicial de Gestión Organizacional (SIGO). Para ello, se ha diseñado un cuestionario específico estructurado atendiendo a los componentes de autoevaluación del Sistema SIGO, para dar de esta forma continuidad al proceso de autoevaluación que las viñas están realizando mediante la utilización de esta metodología.
- *Asesoramiento experto a medida durante el desarrollo de los Cursos de Capacitación.* El equipo de trabajo de INFYDE ha participado en el desarrollo de los cursos de “Gestor de Empresa Enoturística” y de “Guía Enoturística”, con el objetivo de prestar a las viñas y a los alumnos participantes (municipalidades, capital social del entorno, etc.) asistencia técnica experta a medida dirigida a facilitar la aplicación de los contenidos teóricos y herramientas prácticas transferidas por los capacitadores, para el diseño de soluciones a medida ajustadas a la realidad y retos de las viñas y de los agentes participantes. En este trabajo de asistencia técnica se han identificado, mediante trabajos de simulación que han permitido la realización de ejercicios de modelación y representación de las situaciones reales que se encuentran las viñas, soluciones creativas e innovadoras para la gestión y desarrollo competitivo de sus líneas de negocio enoturístico.
- *Asistencia Técnica Experta durante el desarrollo de la Gira Tecnológica a Mendoza.* Se ha realizado una asistencia técnica experta por parte de representantes de agentes institucionales y empresariales expertos en enoturismo de la Región de Mendoza:
 - El objetivo de esta actividad consistió en ayudar a las empresas enoturísticas del Valle del Maipo a conocer las políticas de enoturismo de la Región de Mendoza y la evolución del sector en

²³ La relación de empresas participantes en las entrevistas se presenta en el Anexo 11.

los últimos años, analizando los factores que han contribuido al desarrollo competitivo y al éxito del sector, así como trabajar en la identificación de proyectos conjuntos en cooperación, a la vista de las experiencias de éxito observadas en el Valle de Mendoza.

- Para ello, se realizó una visita al restaurante “Abrasado” de la Bodega Los Toneles, donde se ha realizado una presentación por parte de los propietarios de la Bodega, D. José Millán y familia y de Dña. Cristina Mingarelli, Directora de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo, en representación de la institucionalidad de la Región de Mendoza, sobre la situación y la historia del enoturismo en la región, destacando su disposición para el establecimiento de acuerdos de asociatividad entre las experiencias enoturísticas de Mendoza y el Valle del Maipo.
- A continuación, INFYDE estructuró y animó un debate y un intercambio de expresiones de interés para la asociatividad entre los representantes institucionales y empresariales de Mendoza y las viñas del Valle del Maipo participantes en la Gira.
- Para finalizar, se realizó una cena de trabajo en la Cava de Cano con representantes de ambas regiones.

En síntesis, los mecanismos utilizados por INFYDE para la organización y prestación de este servicio de asistencia técnica se han ajustado a los requerimientos determinados en la propuesta técnica del proyecto, y han sido los siguientes:

IMPLICACIONES DE LA TAREA	MECANISMOS DE TRABAJO DESARROLLADOS
Definición y establecimiento de las bases para el acceso a la asistencia técnica experta por parte de las empresas	INFYDE ha elaborado y presentado a la contraparte técnica un Plan de trabajo para el desarrollo del Plan de Asociatividad del Enoturismo del Valle del Maipo. Una vez aprobado este Plan de Trabajo por la contraparte técnica (ver Plan de trabajo en la página 30 de este Informe), INFYDE ha desarrollado las actividades planteadas, ajustándose a los requerimientos establecidos en la propuesta técnica y el contrato del proyecto.
Establecer las condiciones de financiamiento	El financiamiento de las actividades de asistencia técnica han sido las establecidas en el contrato del proyecto. Todas las actividades de asesoramiento técnico a las empresas han sido financiadas por el proyecto. Las empresas, municipalidades y viñas no han tenido que co-financiar ningún gasto de asesoramiento técnico.

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 33 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

IMPLICACIONES DE LA TAREA	MECANISMOS DE TRABAJO DESARROLLADOS
<p>Seleccionar al equipo/s consultor/es para la prestación de los apoyos, por ejemplo, a través de un proceso de homologación atendiendo a conocimientos y experiencia en el sector y en las temáticas planteadas (calidad, innovación, internacionalización, gestión).</p>	<p>El criterio para la selección de consultores expertos para la prestación de servicios de asesoramiento técnico a las viñas ha sido el del reconocimiento de expertise a nivel nacional e internacional en el ámbito de la industria del vino y del enoturismo.</p> <p>Sobre la base de este criterio, el equipo de consultores participantes en las actividades de asesoramiento técnico sobre el terreno ha estado integrado por los siguientes expertos de INFYDE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • D. Jaime del Castillo: experto en innovación, internacionalización, y asociatividad. • D. Carlos Díez: experto en innovación, internacionalización, y asociatividad. • D. Raúl Mata: experto en calidad y gestión. • D. Alexis Alvarado: especialista en tecnología del sector vinícola y en gestión de empresas. <p>Adicionalmente, se han incorporado a los siguientes expertos en las actividades de capacitación y asesoramiento experto para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitadores: <ul style="list-style-type: none"> ○ D. Gonzalo Rojas: experto en enoturismo. ○ D. Pascual Ibañez: experto en servicios para la industria del vino ○ D. Nelson Muñoz: experto en gestión empresarial. ○ Dña. Paula Quitral: experta en marketing y redes sociales. ○ D. Guillermo Barletta: experto internacional en enoturismo e industria del vino. • Expertos internacionales: <ul style="list-style-type: none"> ○ D. Gabriel Fidel: experto internacional en enoturismo e industria del vino. ○ D. Alejandro Vigil: enólogo de prestigio internacional. ○ Dña. Cristina Mingarelli: Directora de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de Argentina. ○ D. Gastón Ré: Experto internacional en Políticas de Enoturismo.
<p>Definir los mecanismos de prestación de la asistencia técnica: horas, documentos de referencia del servicio prestado, indicadores de resultados, etc.</p>	<p>Los mecanismos de prestación de la asistencia técnica han sido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas personales. • Asesoramiento experto a medida durante el desarrollo de los Cursos de Capacitación. • Asistencia Técnica Experta durante el desarrollo de la Gira Tecnológica a Mendoza

Como resultado del trabajo de asesoramiento técnico a las empresas, han obtenido las siguientes conclusiones:

- Resulta necesario desarrollar la oferta complementaria en el propio Valle del Maipo, para diversificar las oportunidades de asociatividad entre las viñas y empresas de otros eslabones de la cadena de valor enoturística.
- En este sentido, se destaca de manera prioritaria la necesidad de desarrollar oferta de tour operadores centrada en los servicios enoturísticos (tours, rutas, actividades, excursiones, eventos, etc.). también resulta prioritario apoyar el desarrollo de nuevos negocios de gastronomía y alojamiento en el valle, que permitan crear grupos de asociatividad con las viñas.
- Existe una carencia de mano de obra local, lo que dificulta a las viñas encontrar talento y capital humano cualificado que quiera trabajar en el negocio enoturístico en la actualidad. Por ello, se ha considerado prioritario establecer dinámicas de asociatividad con organismos de capacitación que ofrezcan cursos y capacitaciones en ámbitos de especialización enoturística para el capital humano local, tanto para profesionales en activo de las viñas, como para profesionales del valle que tengan interés de desarrollar su carrera profesional en el ámbito de los servicios enoturísticos.
- Resulta prioritario generar y articular la asociatividad en el interior del propio Valle del Maipo. Las bases para el desarrollo de esta asociatividad para el enoturismo en el seno del propio valle que han sido identificadas y priorizadas han sido las siguientes:
 - Fuerte interés en crear imagen y marca de destino del Valle del Maipo.
 - Necesidad de mejorar el alineamiento entre la propiedad y los gestores de la bodega (RRHH, marketing) y los gestores de la línea de negocio enoturística, tal y como sucede en valles enoturísticos líderes (Mendoza, Napa Valley, La Rioja, Burdeos,...).
 - Necesidad de mejorar el potencial de atracción para inversiones enoturísticas.
 - Necesidad de atraer talento y desarrollar el capital humano.

- Necesidad de diseñar nuevos conceptos productos enoturísticos innovadores.
- Necesidad de reforzar el enoturismo nacional como medio para fortalecer la posición y la imagen del sector.
- Necesidad de desarrollar servicios profesionales especializados para el enoturismo (gastronomía, contratación de capital humano, hotelería, organización de eventos, merchandising, etc)

El trabajo de asesoramiento para la asociatividad entre las viñas enoturísticas del Valle del Maipo ha derivado en el compromiso por parte de INFYDE de dar continuidad a una siguiente fase del trabajo de promoción de la asociatividad, mediante el *lanzamiento y despliegue de la cooperación diseñada durante este proyecto*, tanto en el ámbito de la asociatividad interna entre viñas, oferta complementaria y municipalidades del propio valle, como de este con las empresas y agentes enoturísticos de la Región de Mendoza (Argentina).

Para ello, se ha acordado el compromiso de *convocar y celebrar una reunión* de lanzamiento y despliegue de las acciones de asociatividad priorizadas en este proyecto, *durante el mes de Marzo de 2018*. INFYDE ha comprometido su participación en la convocatoria, organización y animación de la celebración de dicha actividad de lanzamiento y despliegue del plan.

E5b: Organización y desarrollo de una gira tecnológica internacional para ver la experiencia en Mendoza

Tarea 5b Gira Tecnológica Internacional (Mendoza, Argentina). 14 personas

El objetivo de la Gira Tecnológica a Mendoza ha sido conocer in situ la experiencia enoturística de la Región de Mendoza (Argentina), de forma que en primer lugar se capten experiencias que permitan avanzar en actuaciones que mejoren la competitividad del sector enoturismo, y en segundo lugar, explorar la posibilidad de que a partir de los contactos generados, se genere un proceso de colaboración entre las instituciones y empresas del Valle del Maipo (Región Metropolitana de Santiago) y de Mendoza, que permita trasvasar las buenas prácticas entre ambas regiones, y

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 36 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

al mismo tiempo avanzar en la definición y promoción de un producto enoturístico binacional. A la Gira a Mendoza se comprometieron las siguientes 14 viñas. INFYDE pagó sus vuelos, estancia y manutención. Finalmente, el representante de Viña Corcorán no acudió a la Gira por enfermedad en el último momento.

VIÑA	PERSONAS	CARGO
Viña Santa Rita	Dª Cinthia García	Coordinadora de Turismo
Viña Undurraga	Dña. Nora Gutierrez	Gerente de Turismo
Viña Tarapacá	Dña. Claudia Díaz	Jefa de Relaciones Públicas
Viña Miraflores	Dña. Carmen Paz Bahamondes	Tourism and Hospitality Manager
Viña Monte María	D. Ivan Silva Dña. Mónica Parentelli	Gerente Responsable Comercialización y organización de eventos
Viña Santa Carolina	Dª Andrea Morris	Tourism Manager
Viña Haras de Pirque	Dª Anais Antonia Recine Casas Dª Gail Turner Avaria	Responsable enoturismo Jefa RRPP
Viña Aquitania	D. Eduardo Solminihac	Propietario
Viña Rukumilla	Dña. Angélica Grove	Encargada viña y temas turísticos
Viña Concha y Toro	D. Lucas Dutch D. Vicente Cuevas D. Leonardo Garcia	Jefe de Operaciones (Leonardo García)
Viña Terramater	D. Karem Hoffmann	Jefa Salas de ventas y Marketing
Chocalan wines	Dª Victoria Soto	Encargada de Turismo y Eventos
Viña Principal	Dª Alexandra Urquieta	Encargada de Turismo y Eventos
Viña Corcorán	D. Javier Rodriguez	Propietario

Los resultados obtenidos por la Gira Tecnológica a Mendoza han sido los siguientes:

- 9 visitas a bodegas, hoteles, restaurantes y experiencias enoturísticas de la región de Mendoza.
- Una visita de Trabajo a la feria “enemigowines” organizada por la casa El Enemigo.
- Una charla tabla de trabajo con el enólogo de prestigio internacional D. Alejandro Vigil.
- Una Asistencia técnica Experta por parte de representantes de agentes institucionales y empresariales expertos en enoturismo de la Región de Mendoza.

- Desarrollo de conversaciones para el potencial establecimiento de acuerdos de asociatividad entre viñas enoturísticas de la región de Mendoza y del Valle del Maipo.

Tarea 5b Acuerdos binacionales para el desarrollo del sector enoturístico

Durante el desarrollo de la Gira Tecnológica a Mendoza se ha trabajado en la identificación de ámbitos de potencial cooperación que sirvieran de base para el establecimiento de un *Acuerdo Marco de Colaboración binacional entre los valles enoturísticos de la Región de Mendoza y del Valle del Maipo (Región Metropolitana de Santiago de Chile)*²⁴.

El resultado del trabajo en este ámbito ha sido la realización de una oferta abierta de autoridades de la región de Mendoza para avanzar en la definición de los contenidos de un Acuerdo de Colaboración binacional entre el enoturismo del Valle del Maipo y el de Mendoza.

Para la obtención de este compromiso, INFYDE se ha mantenido durante el mes de *Noviembre de 2017 conversaciones, encuentros y reuniones de trabajo* con los siguientes autoridades relacionadas con el ámbito competencial del enoturismo de la Región de Mendoza:

- Ing. Agr. Daniel Ricardo Pizzi. Rector de la Universidad de Cuyo.
- Dña. Cristina Mingarelli: Directora de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de Argentina.
- D. Gastón Ré: Director de Turismo de la Municipalidad de Luján de Cuyo.

Los resultados derivados de estas actuaciones han sido los siguientes:

- *Identificación de iniciativas concretas de asociatividad* entre las viñas del Valle del Maipo y entre estas y las viñas enoturísticas de la Región de Mendoza.
- *La Universidad de Cuyo (Mendoza) está interesada en explorar actuaciones conjuntas de capacitación en enoturismo*, sea con la Universidad de Talca, o con otros organismos de capacitación de la Región Metropolitana. Se han desarrollado conversaciones en este ámbito con el Sr. Rector de la Universidad de Cuyo y con el profesor

²⁴ Ver formato de Acuerdo binacional elaborado por INFYDE en el Anexo 12

titular de Economía Política e investigador en enoturismo D. Gabriel Fidel.

- Celebración de una *Jornada sobre gestión y asociatividad para el enoturismo el 11 de enero de 2018*, en el que se han analizado las iniciativas de asociatividad prioritarias, y a la que se ha invitado a participar a las autoridades de la Región de Mendoza.
- *Participación en la Jornada del 11 de Enero de representantes de la Región de Mendoza*, como ha sido el caso de D. Gastón Ré: Director de Turismo de la Municipalidad de Luján de Cuyo.
- *Compromiso* de D. Gastón Ré, en su calidad de Director de Turismo de la Municipalidad de Luján de Cuyo, *para establecer los términos de un acuerdo de asociatividad entre las dos regiones enoturísticas*, y en particular, se han iniciado conversaciones con la *Municipalidad de Pirque*, por medio de *D. Sebastián Ceballos*, para el diseño de los contenidos de un acuerdo de colaboración entre ambas municipalidades para el desarrollo de la asociatividad del enoturismo.

El resultado de las actividades realizadas se recoge en el *“Plan de Promoción del Asociacionismo del Enoturismo del Valle del Maipo”*²⁵.

También se ha realizado un *“Informe de Actividades desarrolladas durante la Gira Tecnológica a Mendoza”*²⁶.

E6: Como parte del programa de capacitación, implementar una metodología de “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO)

Tarea 6 desarrollo de una metodología específica para el Valle del Maipo inspirada en la desarrollada por el Programa SIGO

Al principio de este proyecto, SERNATUR Región Metropolitana puso en marcha el programa de capacitación *“Directrices de Gestión Turística para BODEGAS”*, realizado por el Ministerio de Turismo de Argentina.

²⁵ Ver Anexo 13

²⁶ Ver Anexo 14

Este programa de capacitación se desarrolla como elemento esencial del “*Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)*”, dirigido a promover la calidad de los servicios turísticos de las bodegas.

Las Directrices de Gestión Turística para Bodegas, han tenido por objetivo mejorar la calidad de las prestaciones en las bodegas enoturísticas, proporcionándoles un conjunto de recomendaciones orientadas a la gestión integral y responsable de sus recursos naturales y culturales. El programa en el Valle del Maipo fue diseñado para aumentar la competitividad y fomentar el desarrollo sustentable del valle como destino enoturístico.

En este programa estuvieron invitadas a participar, a través de la invitación de SERNATUR, todas aquellas bodegas del Valle del Maipo que cuentan con un Área de Turismo o están en vías de desarrollar el producto enoturístico, independientemente de sus características, cualquiera sea su ámbito de localización, tipo, tamaño, servicios ofrecidos y perfil de los turistas.

Teniendo en cuenta que al inicio de este proyecto SERNATUR puso en marcha el programa de capacitación de “Directrices de Gestión Turística para BODEGAS”, se acordó que se hiciera durante el desarrollo de este proyecto un seguimiento y una valoración de los resultados del mismo.

El objetivo de este trabajo ha consistido en trabajar con las viñas en identificar y valorar las aportaciones y contribuciones que las actividades del proyecto han tenido para los componentes que integran el autodiagnóstico SIGO del negocio enoturístico de cada una de las bodegas que ha participado en el proyecto.

Para ello, INFYDE ha elaborado un *cuestionario* cuyo objetivo ha servido de guía para que cada viña reflexione e identifique las mejoras alcanzadas mediante los conocimientos y experiencias transferidas durante las actividades del proyecto. A continuación, se presenta el formato de *síntesis del cuestionario*²⁷ “*Sistema inicial de Gestión Organizacional (SIGO): Evaluación del impacto de actividades a la empresa enoturística del Valle del Maipo*” utilizado en el trabajo de asistencia técnica con las viñas.

²⁷ Ver cuestionario completo en Anexo 15

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 40 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***



PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

Sistema inicial de Gestión Organizacional (SIGO): Evaluación del impacto de actividades a la empresa enoturística del Valle del Maipo

ÁMBITO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA DEL VALLE DEL MAIPO (CHILE)	VALOR APORTADO POR LAS CAPACITACIONES, LAS ACTIVIDADES DE ASOCIATIVIDAD Y LA GIRA A MENDOZA	CONTENIDOS QUE CONSIDERA NECESARIO OFRECER A LAS VIÑAS EN EL FUTURO
1.1. Desarrollo del producto <u>enoturístico</u>		
1.2 Análisis del mercado		
1.3. Comercialización del producto <u>enoturístico</u>		
2.1. Articulación del cluster <u>enoturístico</u>		
2.2. Responsabilidad de inversión social y ambiental		
3.1. Prestación profesional del servicio		
3.2. Capacitación del personal		
4.1 Dirección estratégica		
4.2. Servicios al visitante		
4.3. Herramientas de soporte a la gestión		
5.1. Áreas de uso turístico		
5.2. Uso de los espacios		
5.3. Condiciones de seguridad		

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 41 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

Los resultados de las viñas participantes sobre acciones concretas de promoción de la asociatividad en el ámbito del Sistema SIGO han sido los siguientes²⁸:

RESULTADOS DE LAS VIÑAS DEL VALLE DEL MAIPO PARTICIPANTES SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ÁMBITO DEL SISTEMA SIGO	
ÁMBITO SIGO	PROPUESTAS DE LAS VIÑAS
ESTRATEGIA	<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a hacer estrategia de enoturismo de manera simple • Hacer gestión de Recursos Humanos para atraer talento y desarrollar a los profesionales del enoturismo • Ejercer la creatividad y la innovación para impulsar nuevos servicios • Identificar buenas prácticas en cuanto a la segmentación de mercado, en cuanto al perfil de las visitas. • Conocer más sobre canales de comercialización y estrategias de marketing para atraer flujo segmentado • Entender mejor la propuesta de turismo de cada viña para poder informar a los turistas de la oferta en el entorno. • Organizar reuniones específicas para compartir temas de cooperación • Capacitación para conocer cómo se pueden articular los distintos productos del enoturismo (restaurante, hotel, etc) • Aprender a caracterizar la demanda de los turistas provenientes de distintas regiones
IMAGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Suscribir al proyecto de creación de marca destino que está desarrollando la corporación de turismo del Gobierno Regional de la Región Metropolitana • Juntarse las viñas y hacer una gran promoción del valle del Maipo • Publicación de un folleto que presente a las viñas y las ofertas de los participantes del "Cluster" • En Mendoza todo el viñedo estaba claro de que las áreas son visitadas por turistas y estas deben estar acorde con esto • En Mendoza destaca la calidad y buen gusto de las decoraciones y construcción de todos los espacios
RELACIONES CON LAS INSTITUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de la Autoridad Regional para generar las condiciones que promuevan un diálogo entre las viñas • Sinergia entre distintos instrumentos públicos que financian aspectos diferentes de desarrollo del Cluster • Mejorar la comunicación con las Municipalidades locales para la mejora de la accesibilidad, la comunicación y la información • El municipio de cada localidad que conforma el Valle del Maipo tiene que hacerse parte de la promoción de las viñas, y ayudar a difundir las actividades que se hagan
INICIATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar relaciones de sociedad con hoteles y restaurantes del entorno • Hacer alguna actividad en conjunto masiva una vez al año donde se muestre lo

²⁸ Ver Anexo 13

RESULTADOS DE LAS VIÑAS DEL VALLE DEL MAIPO PARTICIPANTES SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ÁMBITO DEL SISTEMA SIGO	
ÁMBITO SIGO	PROPUESTAS DE LAS VIÑAS
	<p>que el Valle del Maipo está haciendo cada año</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizar una feria de pequeños productores• Establecer algún tipo de red de contactos entre las viñas del Maipo para enviar turistas formalmente de una viña a otra• Organizar un recorrido de los participantes en la Gira por las distintas viñas del Valle del Maipo para conocerse mejor.• Organizar un encuentro en cada viña con invitados de las demás viñas.• Diseño de circuitos que incluyan al menos 2 o más viñas.

E7: Evaluación y acreditación de empresas enoturísticas

Tarea 7.1 Evaluación externa del proyecto desarrollado

La evaluación externa del proyecto se ha encargado a la experta profesional en evaluación Dña. Lenia Planas, Doctora en Economía, Especialista en Innovación y Territorio e Investigadora de la universidad de Playa Ancha (Chile).

Ver *“Informe de Evaluación Externa”* en el Anexo 16

Tarea 7.2 En función de los resultados obtenidos

Las mejoras a introducir en el programa se recogen en el “Informe de Evaluación Externa”²⁹.

Tarea 7.3 Definir un sistema de acreditación de las empresas enoturísticas de Región Metropolitana

Se ha avanzado en la elaboración de un sistema de acreditación de las empresas enoturísticas de región Metropolitana. Los componentes avanzados de este sistema son los siguientes:

²⁹ Ver Anexo 16

- Planes Formativos de profesiones relacionadas con la cadena de valor del enoturismo, completados utilizando la metodología homologada por SENCE³⁰.

Adicionalmente, dada la importancia crítica que tiene para las viñas del Valle del Maipo y para el capital humano del entorno, tener acceso a información relativa a los perfiles competenciales acreditados en el ámbito del sector enoturístico, se han avanzado las siguientes actuaciones de impulso al desarrollo de un Sistema de Acreditación homologado del capital humano de las empresas enoturísticas de la Región Metropolitana:

- Se ha elaborado, editado y publicado un libro denominado *“El capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo”*³¹, cuyo objetivo consiste en dar a conocer al sector los perfiles profesionales relacionados con la cadena de valor del sector, y las competencias que se requieren en cada perfil. Este material tiene un objetivo divulgativo e informativo, pero también servir de base para el levantamiento de perfiles homologados en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones.
- Se ha iniciado un proceso de debate y discusión con la Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, con Chile Valora, con la OTIC del Comercio y con los Organismos Sectoriales de los ámbitos de turismo, vino. Este proceso se ha desarrollado mediante reuniones en las que se han presentado los avances del proyecto, y en especial la orientación a futuro del Sistema de acreditación del capital humano del enoturismo y de sus perfiles profesionales, itinerarios formativos, programas de capacitación, que en su caso permitirán en el futuro certificar al capital humano del sector. En este sentido, se han desarrollado las siguientes reuniones:
 - Día 8 de Noviembre de 2017: reunión con la Secretaría General de ChileValora (Dña. Ximena Concha), la OTIC del Comercio, e INFYDE para presentar los avances alcanzados en el proyecto.
 - Día 10 de Enero de 2018: reunión de la Subsecretaría de Turismo, ChileValora, la OTIC del Comercio, e INFYDE para presentar los avances alcanzados de este sistema de acreditación (cadena de valor, itinerarios, planes formativos perfiles profesionales, etc.).

³⁰ Ver Anexo 17

³¹ Ver Anexo 18

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 44 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

- Se ha celebrado una Jornada Final, denominada *“El desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo: capital humano, gestión y asociatividad”*, el día 11 de Enero de 2018. El objetivo ha sido divulgar los resultados y avances del proyecto y de los contenidos del sistema de acreditación (cadena de valor, itinerarios, planes formativos perfiles profesionales, etc.). La agenda de la Jornada ha sido la siguiente:

JORNADA “EL DESARROLLO DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO: CAPITAL HUMANO, GESTIÓN Y ASOCIATIVIDAD” Cámara Nacional del Comercio, Servicios y Turismo de Chile - Calle Merced 230.	
HORARIO	AGENDA <u>Jueves</u> 11 de Enero de 2018
9.00 - 9.20	<i>Acreditación y coffee de bienvenida</i>
9.20 - 9.30	<i>Bienvenida</i> <i>Presidente Directorio Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, OTIC del Comercio</i>
CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO	
9.30 - 10.15	<i>La Política Pública para el fomento productivo y el desarrollo del capital humano para el empleo en el enoturismo</i> <i>Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE</i> <i>Oportunidades para el enoturismo del Sistema Nacional de Competencias Laborales</i> <i>ChileValora</i>
GESTIÓN DEL TURISMO DEL VINO	
10.15 - 11.45	<i>Lo que todos saben de <u>enoturismo</u> pero nadie hace. La experiencia argentina</i> <i>D. Gastón Re</i> <i>Experto en Políticas de Enoturismo</i> <i>El Programa Estratégico <u>Mesoregional</u> de Enoturismo y Posicionamiento de los valles <u>enoturísticos</u> de Chile</i> <i>D. José Miguel <u>Vu</u></i> <i>Presidente del Consejo Directivo del Programa Estratégico <u>Mesoregional</u> de Enoturismo de Chile</i>
ASOCIATIVIDAD PARA EL ENOTURISMO	
11.45 - 13.00	<i>Intereses para la asociatividad de las viñas enoturísticas del Valle del Maipo</i> <i>D. Jaime del Castillo</i> <i>Presidente de la consultora internacional Información y Desarrollo, S.L. (INFYDE)</i> <i>Retos de asociatividad para el enoturismo en el Valle del Maipo</i> <i>D. Iván Silva</i> <i>Propietario de Viña Monte María, en representación de las viñas participantes en el proyecto “Enoturismo en el Valle del Maipo”</i> DEBATE <i>Debate entre los participantes sobre los intereses de los negocios <u>enoturísticos</u> para el desarrollo del capital humano y de iniciativas de asociatividad</i>

ANEXO 1/ LISTADO DE EMPRESAS Y AGENTES ENTREVISTADOS, Y CUESTIONARIO DE OCUPACIONES, COMPETENCIAS Y CAPACIDADES

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 46 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

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. M ^a 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	D ^a Dinka Tomicic	Directora Regional RM
5	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE	D. Rubén Inostroza	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	Vicepresidenta Ejecutiva
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 Turísticas Profesionales Valle Central	D. Jaime Valenzuela	Vice Presidente
ENCARGADOS MUNICIPALES DE TURISMO			
1	CASA DEL MAIPO	D ^a Jennifer Peña	Encargado de Enoturismo Isla del Maipo; Desarrollo Económico Local
2	Ruta de la Vid	D ^a Vera Fikarova	
3	Municipalidad de Paine	D. Mario Gavilan	Desarrollo local
4	Municipalidad El Monte	D ^a Yohana Reyes	Desarrollo local
5	Municipalidad de Buin	D ^a 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

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 47 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. Memoria Final de Actividades

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. Mª 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	Dª Andrea Morris	Hospitality
11	Viña Haras de Pirque	Dª 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	Dª 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. Mª 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

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 48
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

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

ANEXO 2/ PRESENTACIÓN BORRADOR MAPAS (27 JUNIO 2017)



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

**MAPA OCUPACIONAL, COMPETENCIAL Y DE CAPACIDADES
INFORME FINAL Junio 2017**

infyde **iD**

Avda. Zugazarte nº 8 3ª planta Dpto 1
48930 Las Arenas Bizkaia SPAIN
Tel: + 34 944804095 Fax: + 34 94 4801639
infyde@infyde.eu





EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO



EVOLUCIÓN DE CRECIMIENTO DEL TURISMO

- Importante crecimiento del sector turismo en el Valle del Maipo 2008-2015

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

	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



EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

PROBLEMA ESTRUCTURAL DEL TURISMO

- Bajo número de trabajadores por empresa de turismo en el Valle del Maipo
- Las actividades del sector en la actualidad no son intensivas en creación de empleo

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

	Número de trabajadores dependientes por Empresa 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



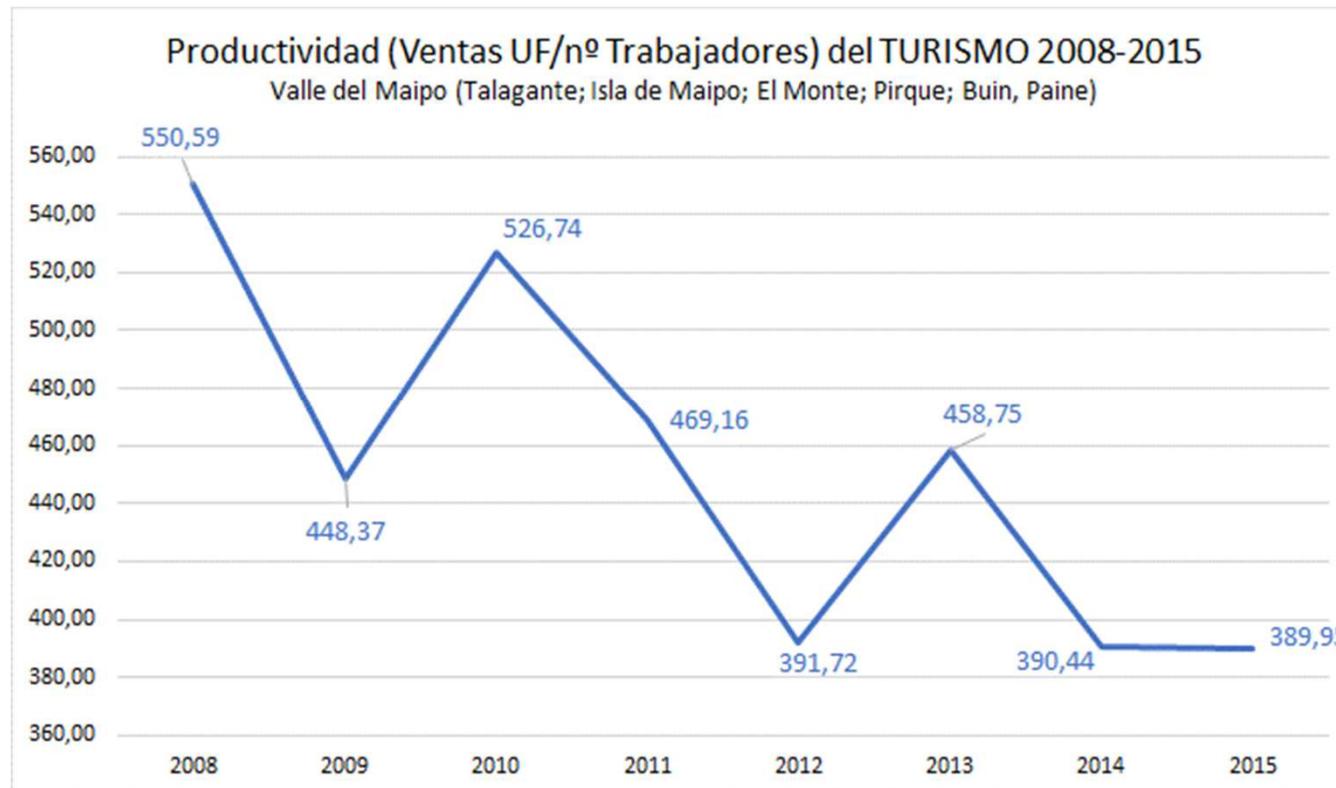
EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO

- Fuerte decrecimiento de la productividad del sector turismo en el Valle del Maipo

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



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

EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO



ENOTURISMO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



Oportunidad de turismo de calidad y alta gama para el Valle del Maipo



MAPA OCUPACIONAL

OCUPACIONES DEMANDADAS PARA EL ENOTURISMO

- Guías turísticos para mejorar la calidad de los servicios turísticos del vino
- Gestores de negocios enoturísticos para mejorar la gestión
- Gerentes de experiencias, o asesores de experiencias para la innovación
- Técnicos de Redes Sociales y de Marketing Digital con idiomas para la internacionalización
- Agentes de Desarrollo Local para la cooperación

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

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



MAPA COMPETENCIAL



COMPETENCIAS DEMANDADAS PARA EL ENOTURISMO

- Vino
- Servicio, liderazgo y habilidades blandas
- Idiomas
- Cultura, historia y patrimonio

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

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
	PORTUGUES
GESTIÓN DEL NEGOCIO	CONOCIMIENTO DE GESTIÓN DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS EN CHILE, AMÉRICA LATINA, EUROPA, AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA Y STADOS UNIDOS
	LIDERAZGO
	GESTIÓN DE VENTAS
INNOVACIÓN	CONOCIMIENTOS DE VINO
	MEJORA DEL SERVICIO
	INGLÉS
	CONOCIMIENTOS DE HISTORIAS LOCALES
	CONOCIMIENTOS DE TURISMO
	CREATIVIDAD
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	GESTIÓN DE REDES SOCIALES
	MARKETING DIGITAL
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
	DEFINICIÓN, ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL



MAPA DE CAPACIDADES



La síntesis de la oferta formativa actual relacionada con el enoturismo es

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

CENTRO EDUCATIVO	OFERTA FORMATIVA ACTUAL		
	OFERTA FORMATIVA	PERFILES DE ALUMNOS	TÍTULOS QUE SE OBTIENEN
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
INACAP	Diplomado Enoturismo y Rutas del Vino	Profesionales que se desempeñan en empresas de turismo y vitivinícolas	Diplomado Enoturismo y Rutas del Vino
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
Wine Institute- Formación vitivinícola	Especialista en Enoturismo	Ingenieros agrónomos, enólogos, sumilleros, guías de turismo especializado en turismo enológico	Certificado en Enoturismo
Pontífica Universidad católica de Chile	Diplomado en cultura, producción, elaboración, comercialización y degustación	Ejecutivos, administrativos o comunicacionales	Diplomado en el vino chileno
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
Centro de formación técnica IDMA	Titulado de técnico en ecoturismo	Jóvenes egresados de cuarto medio	Técnico superior en ecoturismo
Universidad Diego Portales	Ingeniero comercial con mención en administración o economía		Ingeniero comercial
SENCE	Varios cursos	Profesionales	Diversas titulaciones
OTIC DEL COMERCIO	Varios cursos	Profesionales	Diversas titulaciones



BRECHAS ENTRE DEMANDA Y OFERTA DE CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO

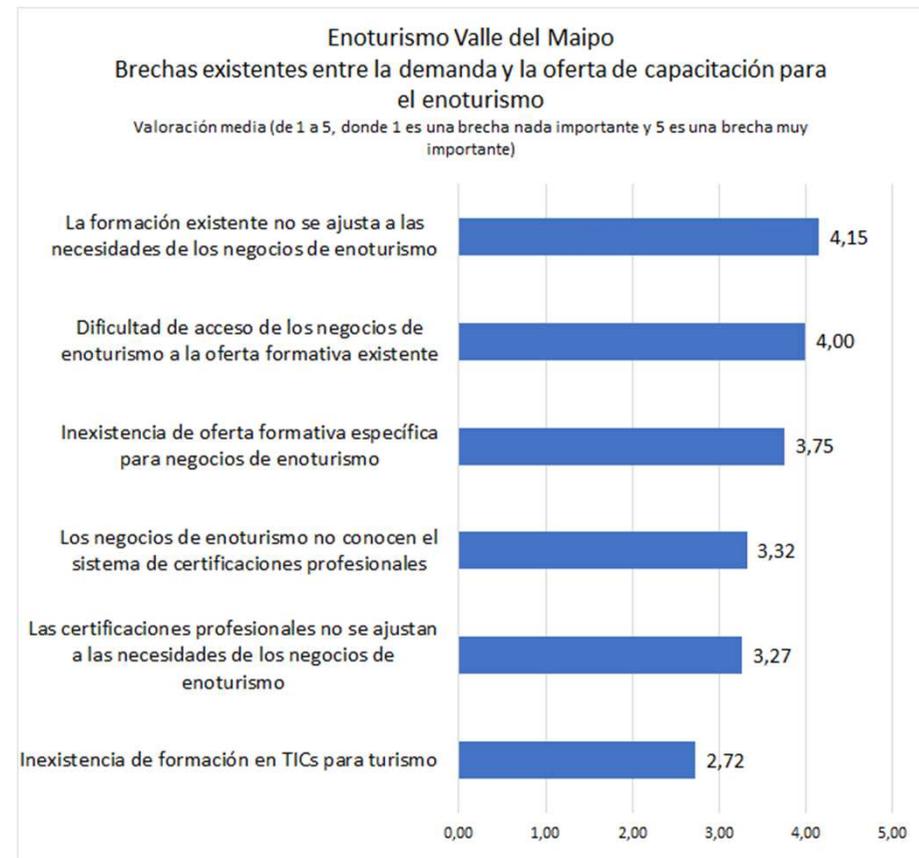


OFERTA DE FORMACIÓN ESCASA E INADECUADA PARA LAS NECESIDADES DEL ENOTURISMO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

- Carencia de orientación de la oferta formativa al enoturismo
- Dificultad de acceso en el ámbito local
- Demanda de formar a personas residentes en el propio valle en itinerarios formativos integrados y completos
- Desconocimiento del sistema de certificaciones profesionales



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

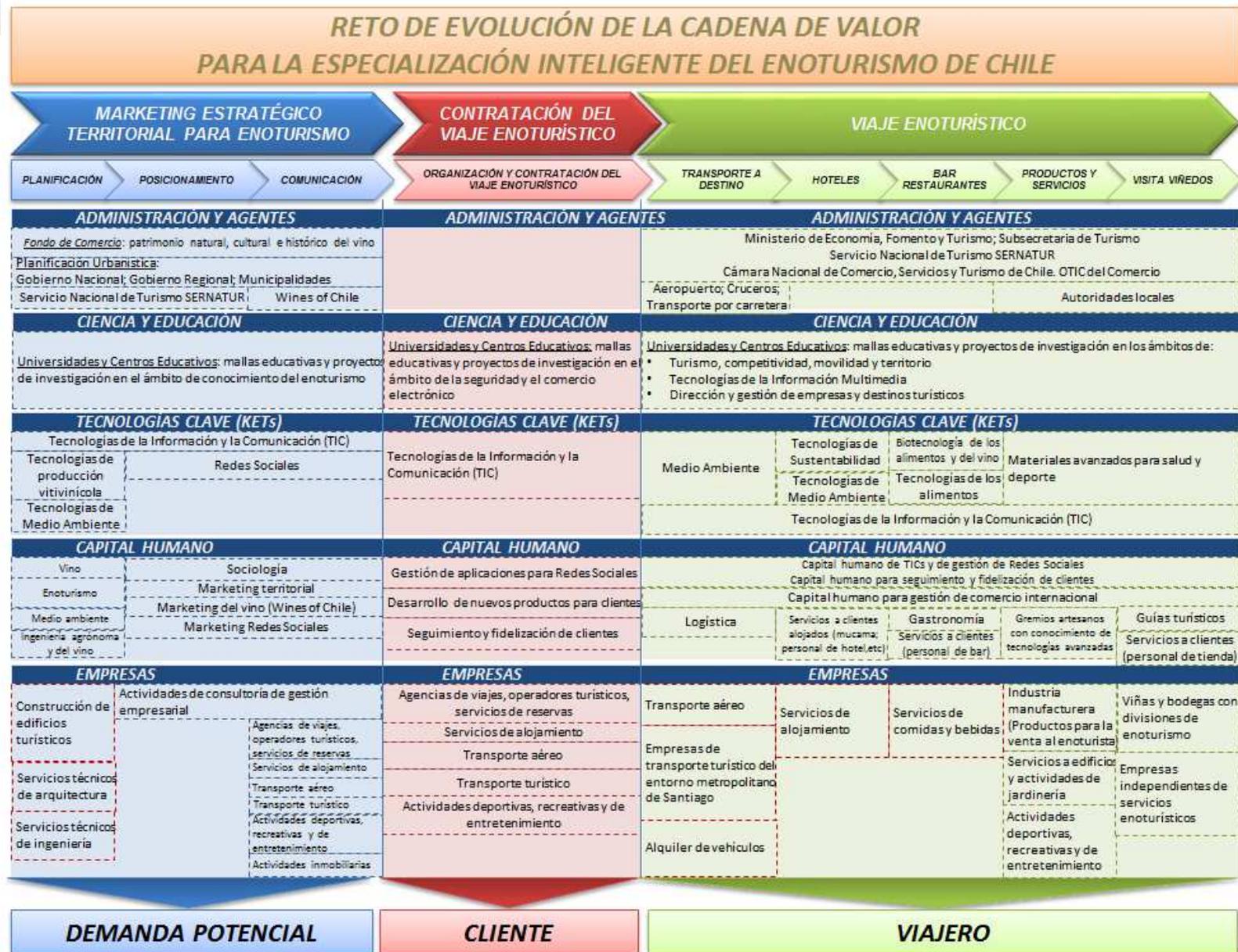


RETO DE EVOLUCIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL ENOTURISMO DE CHILE



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades





ANÁLISIS FODA



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

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>



CONCLUSIONES



EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

RETOS DEL ENOTURISMO

- Especialización inteligente para aprovechar sus capacidades empresariales, tecnológicas y de conocimiento y desarrollarse de manera diferenciada en este entorno competitivo internacional
- Es un sector joven
 - Liderado por los viñedos de la zona
 - Oferta complementaria integrada esencialmente en la actualidad por restaurantes y alojamientos con una necesidad estratégica de orientarse adecuadamente hacia el turismo del vino.

TENDENCIAS INTERNACIONALES DE PROGRAMAS DE APOYO AL ENOTURISMO

- España
 - Experiencia 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
- Francia, Nueva Zelanda y Australia
 - Experiencias de Centros Universitarios y Formativos con grados especializados orientados al enoturismo.
- Argentina
 - Iniciativa pública para la promoción de la calidad turística y la cualificación del capital humano que trabaja en el turismo del vino.



CONCLUSIONES



EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

- Las actividades turísticas están creciendo de manera intensa en el Valle del Maipo
- El crecimiento de la actividad se ha sustentado en la consolidación y apertura de nuevos negocios gastronómicos
- En ámbitos específicamente relacionados con el turismo del vino
 - existen restaurantes 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

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



CONCLUSIONES



EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

EL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

- Fuerte decrecimiento de la productividad del sector turismo en el Valle del Maipo.
 - Las empresas están generando un menor volumen de ventas por cada trabajador que tienen contratado.
- 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
 - Las empresas tienden a no invertir en cursos de capacitación de sus empleados debido a la alta rotación del personal en el sector
- Problema estructural: reducido tamaño de las empresas de turismo
 - El sector de la gastronomía y el alojamiento en el Valle del Maipo tiene un bajo número de trabajadores dependientes que trabajan en cada una de las empresas del sector
 - El sector del turismo no es intensivo en generación de empleo en la actualidad
- El enoturismo es una oportunidad para generar empleo de creciente cualificación en el valle



CONCLUSIONES



EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

- El enoturismo del valle busca priorizar la especialización inteligente en “enoturismo experiencial”.
 - Resulta clave capacitar a profesionales que acompañen bien la experiencia enoturística que se desea ofrecer al turista
 - Es el personal que se encuentra en contacto con los turistas el responsable de transmitir esa experiencia que se desea mostrar



CONCLUSIONES



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

CALIDAD DE LOS SERVICIOS DEL ENOTURISMO

EMPLEOS

- Se demandan Guías turísticos para mejorar la calidad de los servicios enoturísticos del valle.
 - 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.

COMPETENCIAS

- 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).
 - 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.



CONCLUSIONES



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DEL ENOTURISMO

EMPLEOS

- Se demanda un perfil profesional de gestor de negocios enoturísticos multidisciplinares para
 - Mejorar la capacidad de gestión de las líneas de negocio enoturístico

COMPETENCIAS

- 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.
 - Conocimiento para la gestión de ventas, gestión de abastecimientos y gestión de proveedores, entre otros.
 - 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.
 - Proactividad y capacidad de visualización de escenarios posibles y como abordarlos.
 - Una gran capacidad de articulación de relaciones institucionales publico privadas, liderazgo y capacidad de relaciones públicas y de manejo conflictos.



CONCLUSIONES



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

INNOVACIÓN EN EL ENOTURISMO

EMPLEOS

- Para la innovación enoturística, se demandan “Gerentes de experiencias, o asesores de experiencias”
 - Es un perfil que resulta un 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

COMPETENCIAS

- 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, chispeza, talento, forma de ser, creatividad, trabajo en equipo
 - Saber escribir para crear contenidos en los soportes de marketing y comunicación con los clientes
 - 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
 - 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



CONCLUSIONES



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

INTERNACIONALIZACIÓN DEL ENOTURISMO

EMPLEOS

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

COMPETENCIAS

- Las competencias demandadas para la internacionalización son
 - conocimiento del manejo de tripadvisor y de blogs especializados, ya que el “boca a boca” funciona muy bien,
 - Comunicación
 - Idiomas
 - Historia del entorno, de servicios, y de redes sociales.



CONCLUSIONES



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

COOPERACIÓN EN EL ENOTURISMO

EMPLEOS

- Para el desarrollo de la asociatividad y la cooperación, se demandan agentes de desarrollo local
 - Pueden ser incluso técnicos de la misma viña,
 - Habitualmente son personas contratadas por las municipalidades

COMPETENCIAS

- Las competencias demandadas para la cooperación son
 - Coaching para impulsar el intercambio de estrategias y oportunidades entre los profesionales de las viñas
 - Trabajo en equipo, capacidad de motivar, convocar, relatar, y con apertura y entrega al conocimiento.
 - Contactos
 - Buena apariencia y relaciones públicas
 - Conocimiento de planificación y estrategia territorial, sobre todo en materia de Marketing para el desarrollo de destinos turísticos



CONCLUSIONES



OFERTA FORMATIVA PARA EL ENOTURISMO

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

- Existe una necesidad 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.
- Certificaciones profesionales,
 - Se desconoce el sistema de certificaciones de Chile Valora. Los negocios no tienen una valoración sobre su eficacia y adecuación
 - 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.

**ANEXO 3/ RELACIÓN DE
ASISTENTES A LAS MESAS DE
CONTRASTE DE LOS MAPAS
OCUPACIONALES,
COMPETENCIAS Y CAPACIDADES
(26 JULIO 2017)**

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 72 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

LISTA DE PARTICIPANTES A INVITAR A LAS MESAS DE CONTRASTE			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
ÁMBITO INSTITUCIONAL			
1	SERNATUR	Felipe Vasquez	Director Regional Metropolitano
2	SERNATUR	Loreto Pérez	Unidad de Productos Subdirección de Desarrollo, SN de Turismo
3	SERNATUR	Alexis Alvarado	Técnico
4	SERNATUR	Pilar Gonzalez	Técnico
5	SENCE	Dinka Tomicic	Directora Regional RM
6	SENCE	Israel Figueroa	Técnico
7	SENCE	Oscar Burotto	Encargado UCAP RM
8	SENCE	María Monserrat Callis	Encargada Unidad de competencias y curriculum
9	SENCE	Erika Contreras	Encargada Comunicaciones R.M.
10	Vinos de Chile	Dña. Elisabeth Díaz	Gerente de Mercado Interno
VIÑAS			
11	Santa Rita	Dña. Francisca Muñiz	Gerente de Turismo
12	Concha y Toro	D. Leonardo García Guiu	Jefe de Operaciones
13	Undurraga	Dña. Nora Gutierrez	Gerente de Turismo
14	Viña Monte María	D. Ivan Silva	Gerente
15	Viña Haras de Pirque	Dª Anaís Recine	Responsable enoturismo
OFERTA COMPLEMENTARIA			
16	Achet	Soledad Díaz	Jefe de proyectos y Estudios
17	Presidenta asociación guías del Valle	Paulina Cerda	Presidenta
18	Escuela de los Sentidos	D. Pascual Ibañez	Socio Director
OFERTA EDUCATIVA			
19	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	Dª Claudia Collipal	Jefa de Carrera Turismo Sustentable
20	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA	Mafi Sandoval	Jefa de carrera de Ingeniería en Gestión Turística
MUNICIPALIDADES			
21	Municipalidad de Paine	D. Mario Gavilan	Desarrollo local
22	Municipalidad El Monte	Dª Yohana Reyes	Desarrollo local
23	Municipalidad de Talagante	Evangelina Puebla V Espinoza	Desarrollo local
24	CASONA DEL MAIPO	Dª Jennifer Peña Rosa Fernández	Encargado de Enoturismo Isla del Maipo; Desarrollo Económico Local

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 73
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 4/ INFORME FINAL MAPA OCUPACIONAL, MAPA COMPETENCIAL Y MAPA DE CAPACIDADES

**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 

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 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 territorios 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.

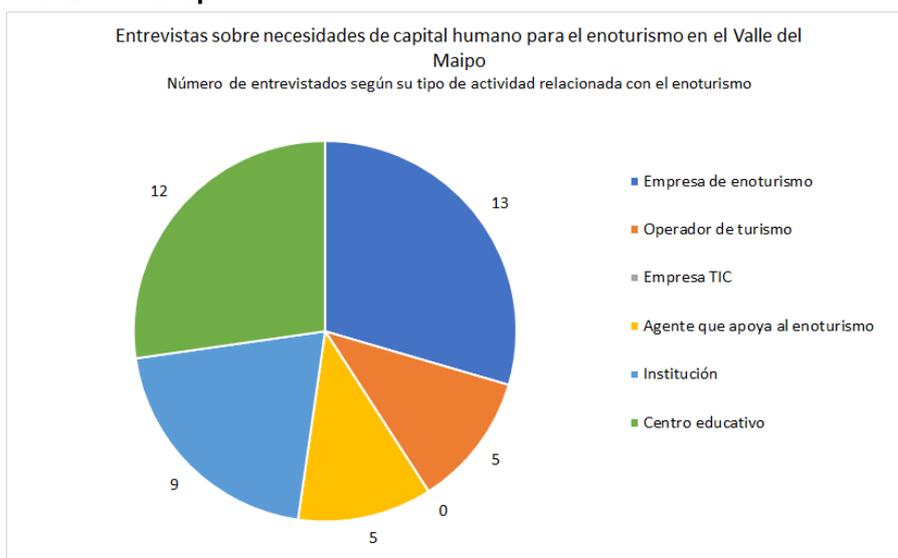
El objetivo de las entrevistas ha sido la recopilación de información cuantitativa y cualitativa para la elaboración de los Mapas de situación de la demanda y la oferta de capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo.

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.

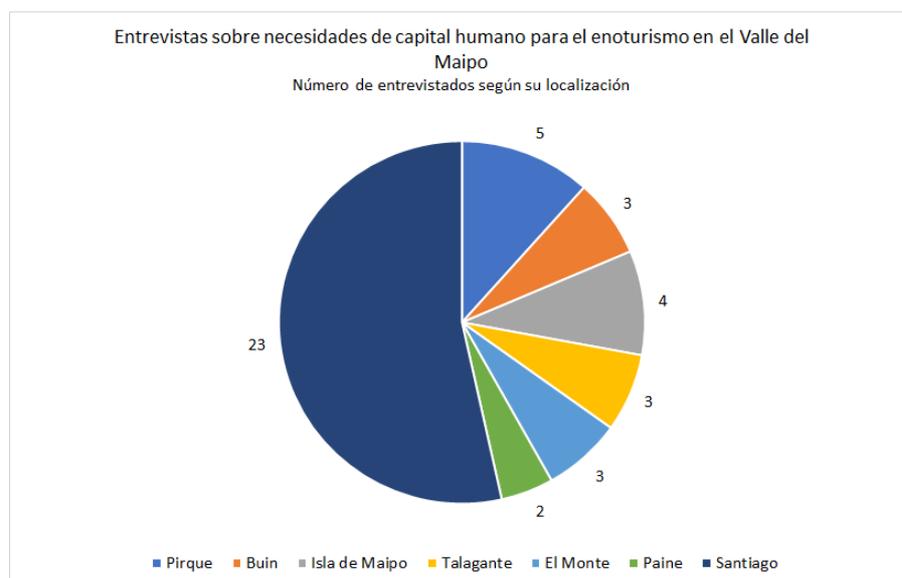
Las entrevistas se han realizado en el Valle de Maipo, tanto a las grandes viñas, como a las pequeñas viñas. También en el entorno metropolitano de Santiago, en donde se ubican la mayoría de los agentes institucionales, centros de formación y empresas de servicios complementarios al enoturismo del Valle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

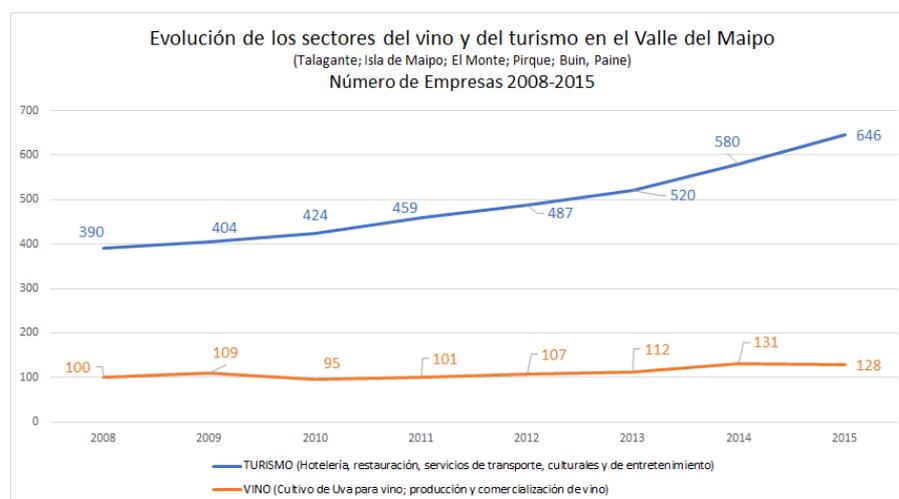
4.1/ EMPRESAS DEL TURISMO Y EL VINO

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. Tienden 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.

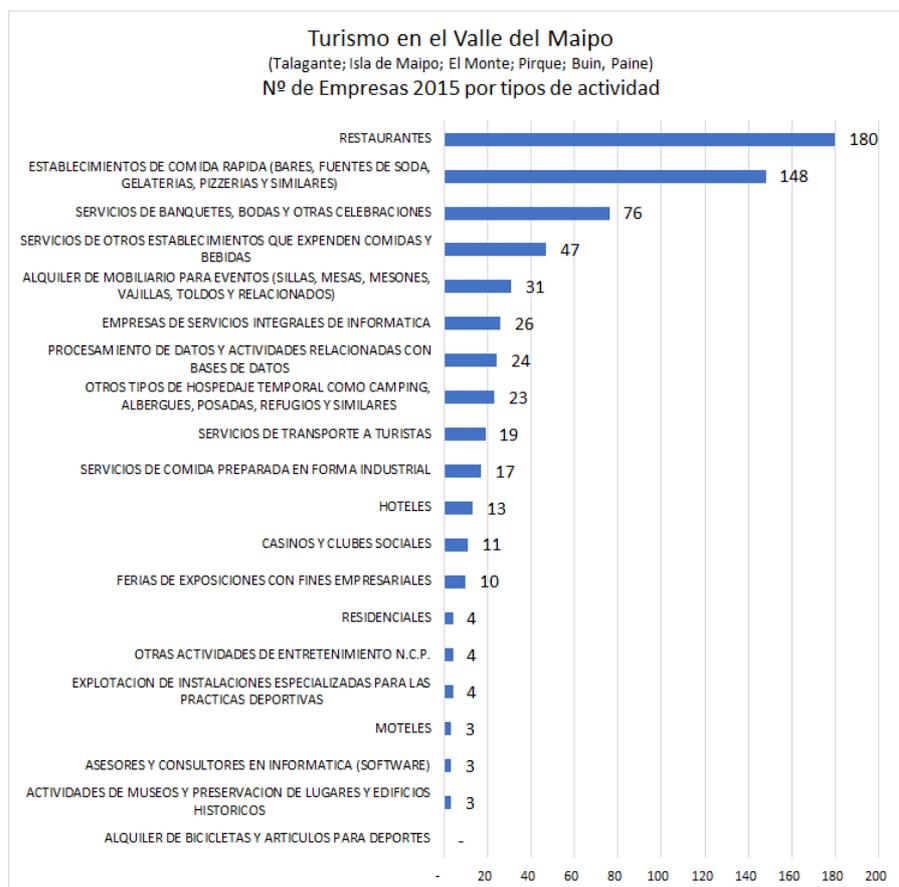
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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 alquiler 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%.

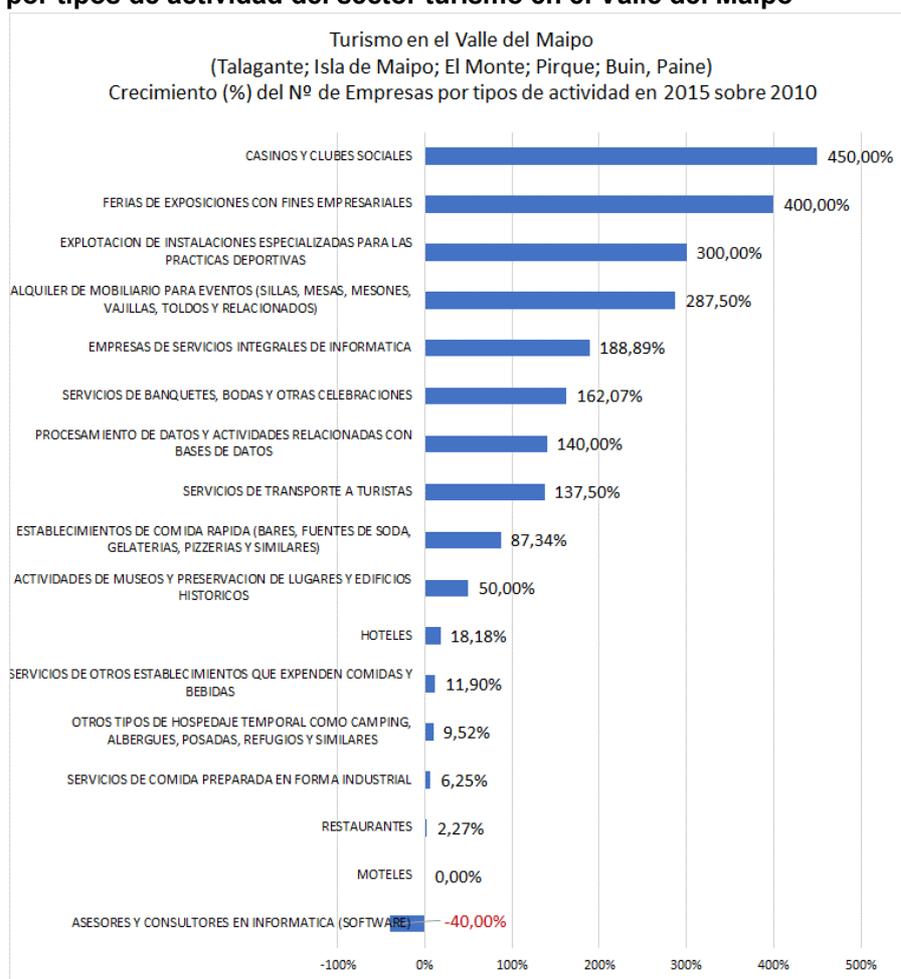
Por el contrario, se percibe una tendencia a un crecimiento menor de servicios de ocio y entretenimiento para actividades turísticas, tal y como se observa en el gráfico 5.

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 INFORMATICA	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 INFORMATICA (SOFTWARE)	3	1	5	6	5	5	4	3	

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

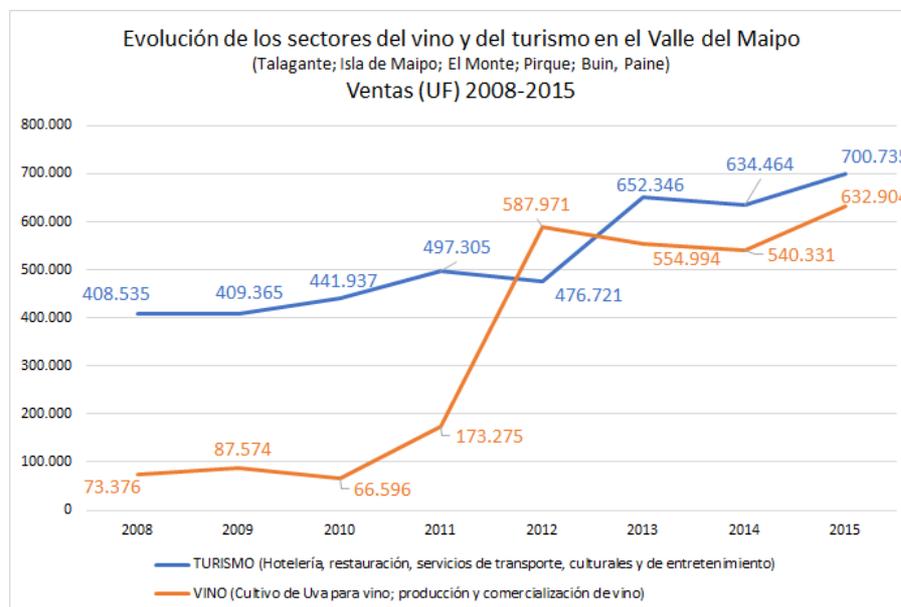
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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

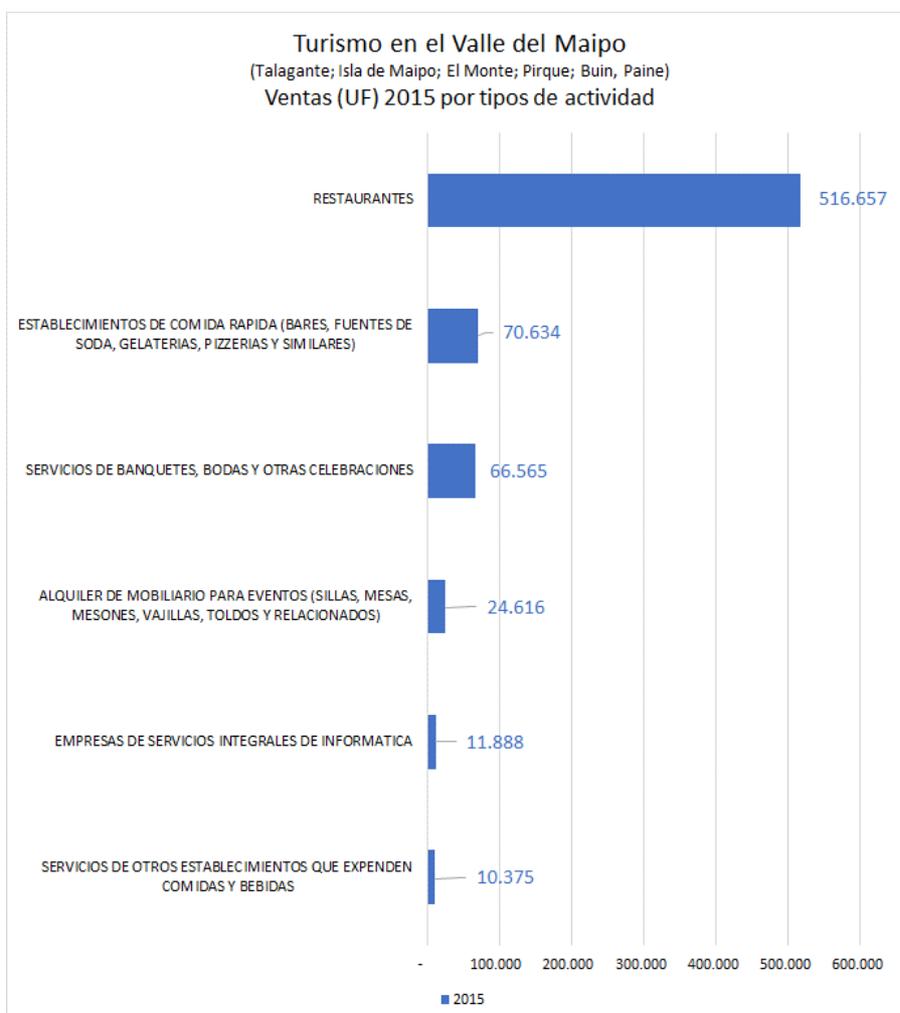
⁹ Estos datos son relativos a las ventas tributadas por la industria del vino en las propias comunas del Valle del Maipo consideradas para la realización de este estudio.

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

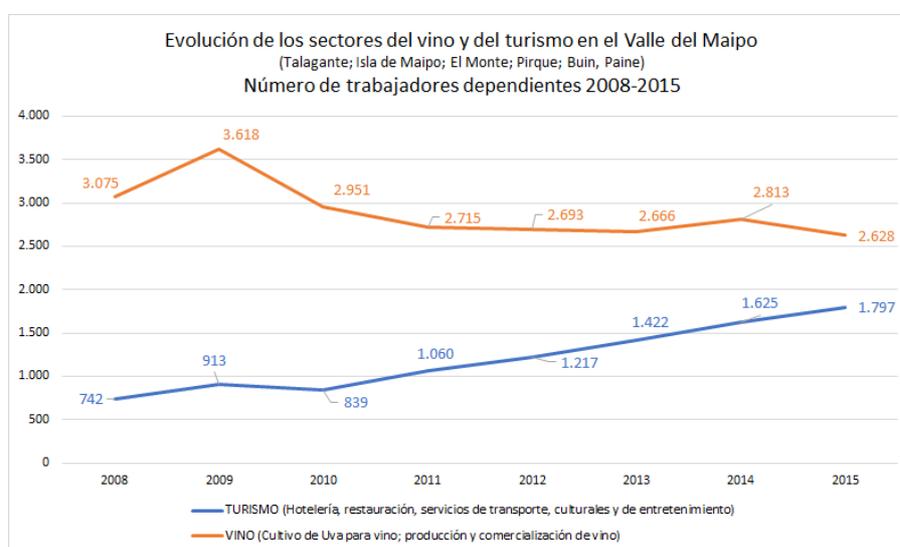
4.2/ EL CAPITAL HUMANO DEL TURISMO Y EL VINO

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.

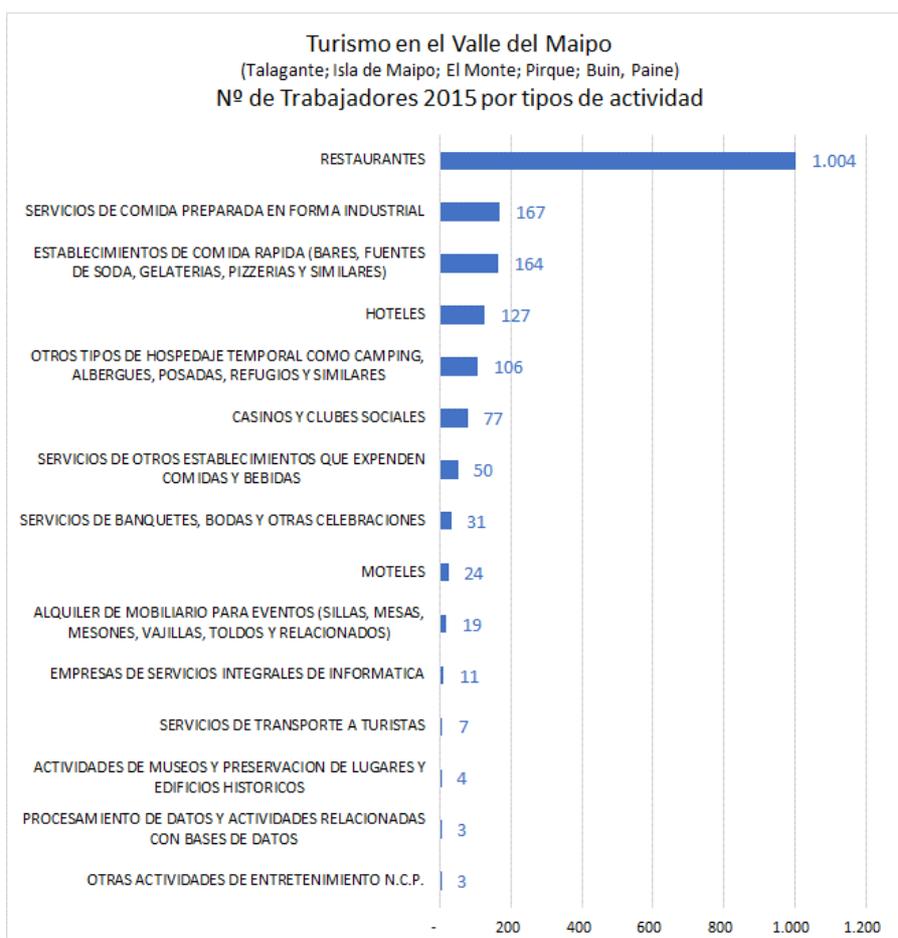
En materia de trabajadores dependientes se observa una tendencia a la moderada generación de empleo por parte de los negocios de alojamiento. Así, tal y como se observa en el siguiente gráfico 9, los hoteles emplean a 127 personas, mientras que los hospedajes temporales emplean a 106 trabajadores y los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



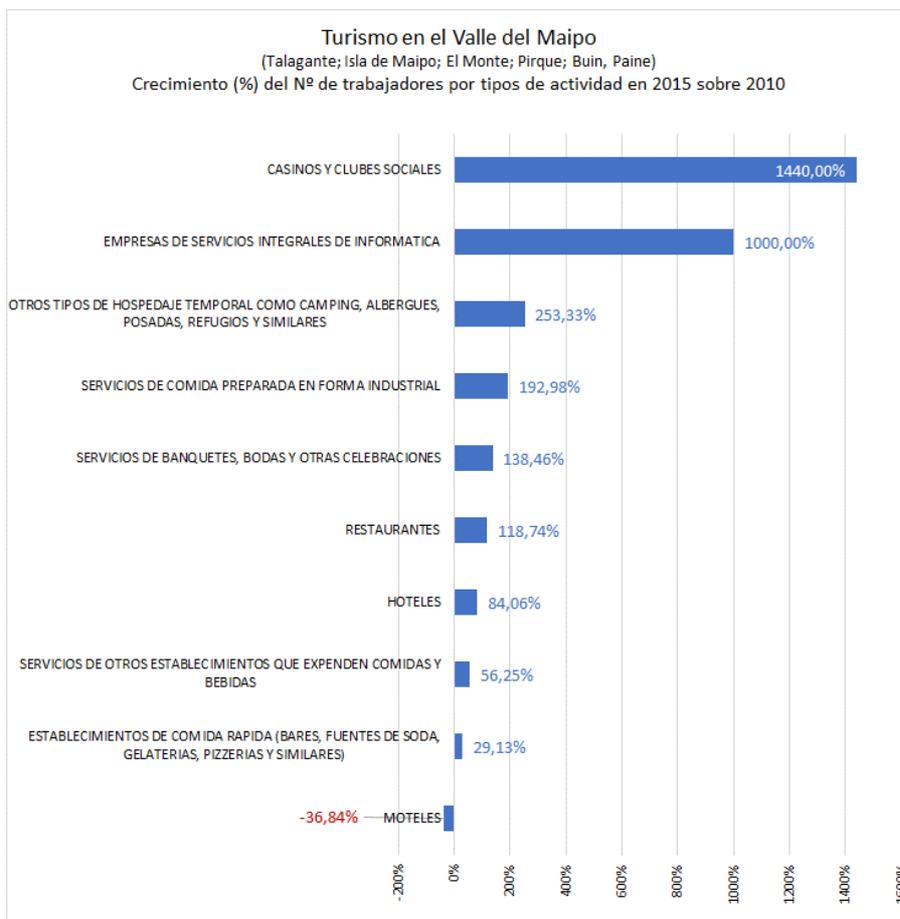
Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos (SII)

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 INFORMATICA	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 INFORMATICA (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)

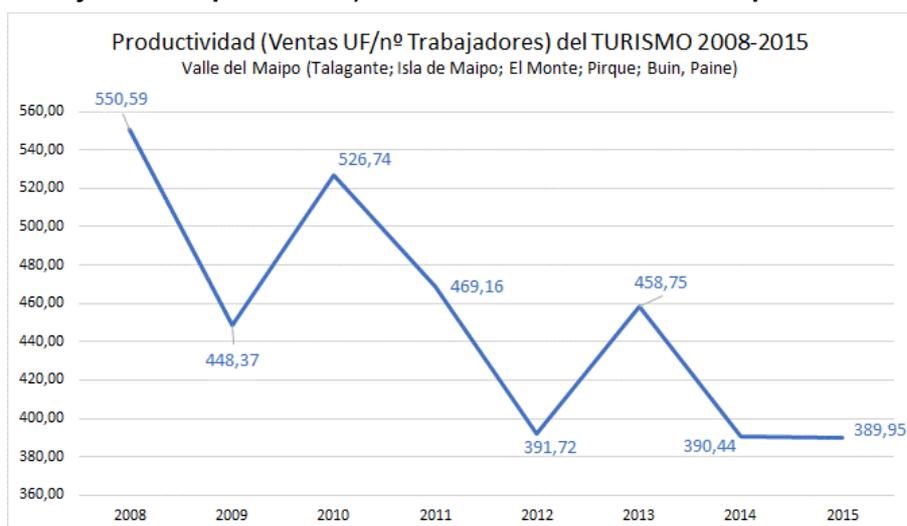
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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.

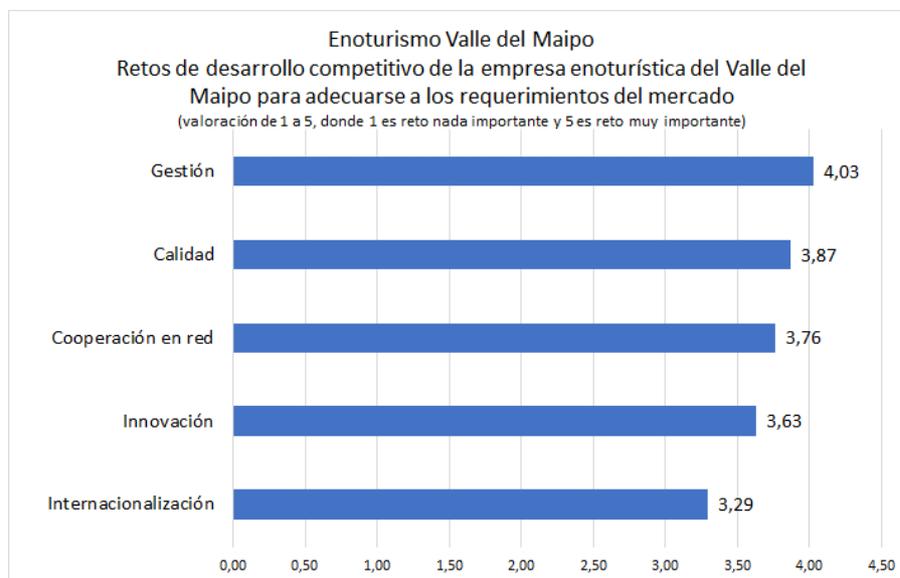
Se observa una fuerte tendencia entre los entrevistados a la necesidad de crear y desarrollar nuevas dinámicas de trabajo en red. Se considera prioritario a su juicio que las viñas se vinculen y articulen para el desarrollo del enoturismo. Se tiende a percibir por los entrevistados a la cooperación como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

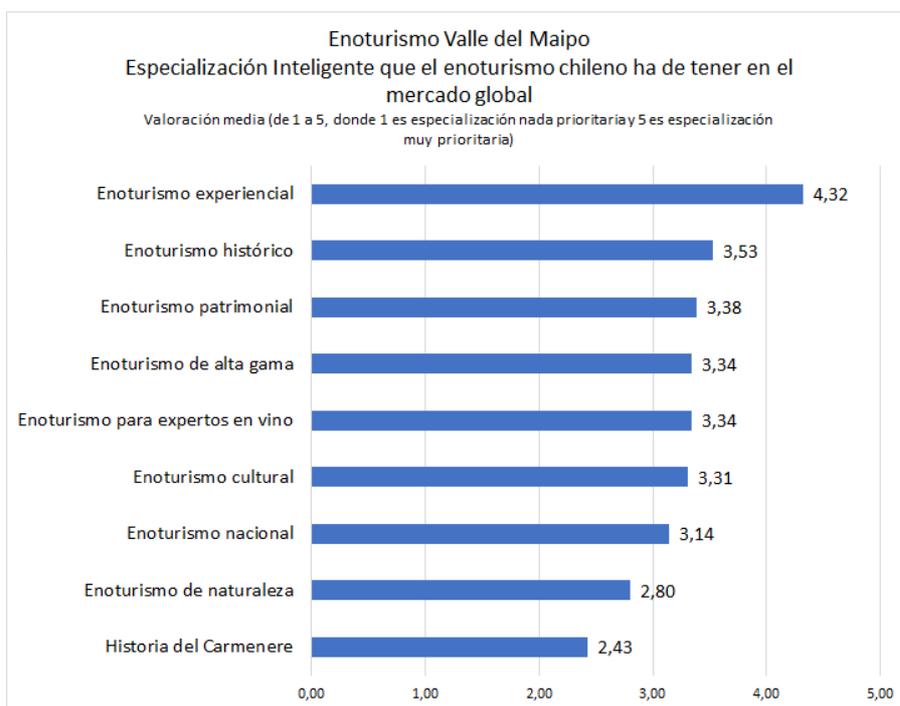
En un segundo nivel de importancia, tal y como también se observa en el siguiente gráfico 13, se percibe la tendencia a considerar en un segundo nivel como ámbitos de especialización inteligente el enoturismo histórico, el enoturismo de alta gama y el enoturismo patrimonial y cultural.

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

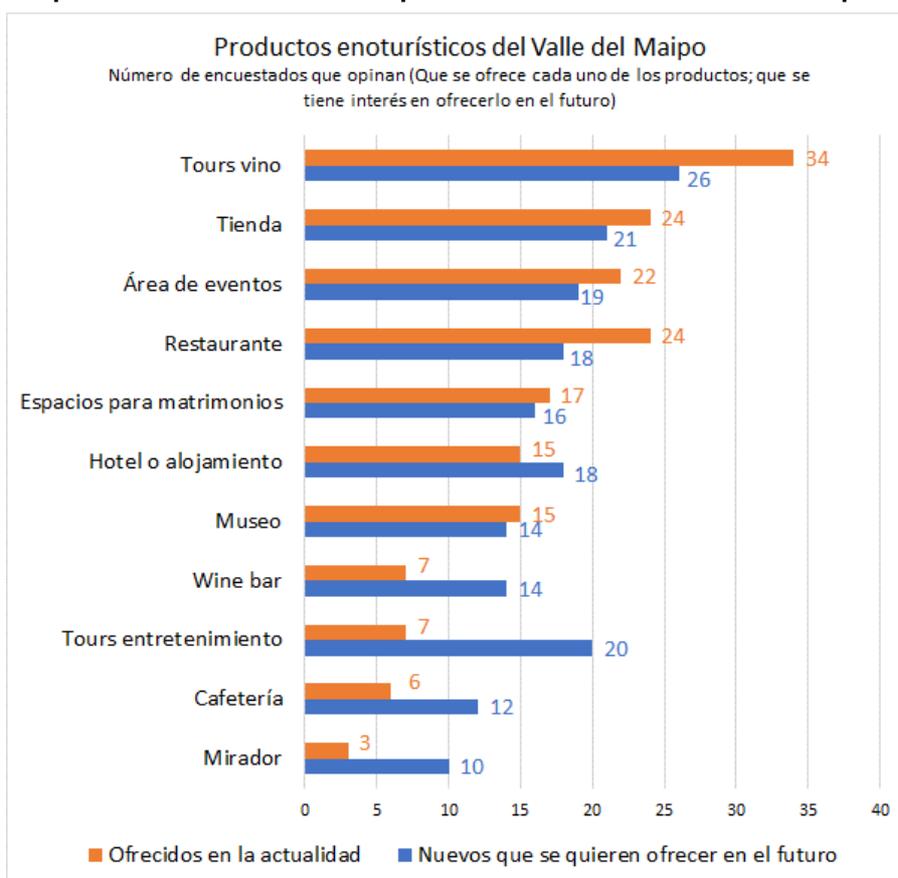
4.3.3/ PRODUCTOS ENOTURÍSTICOS

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.

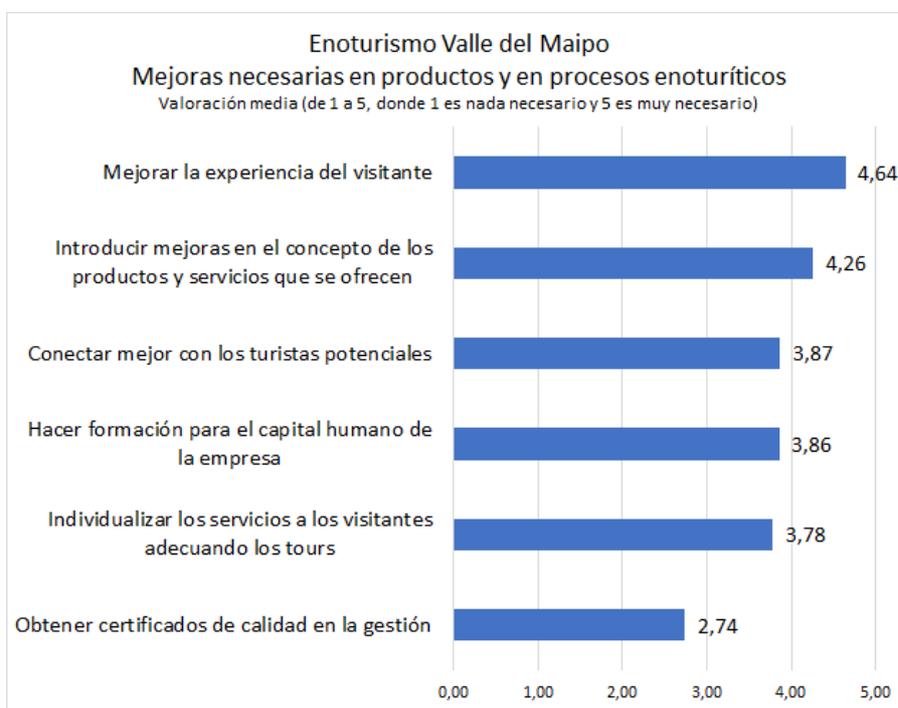
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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

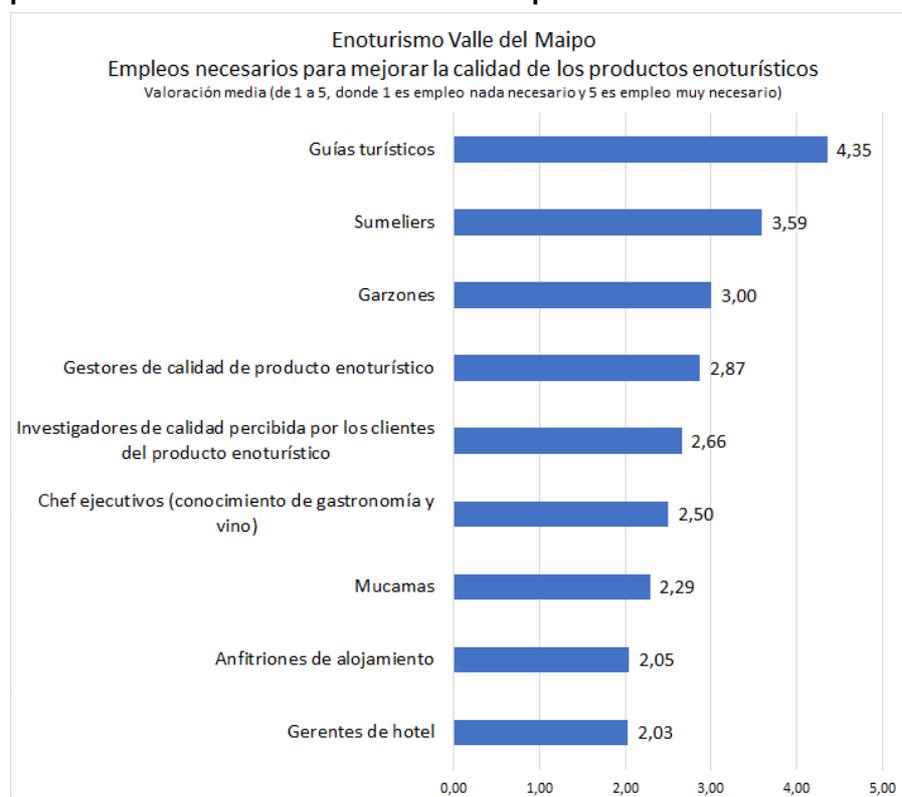
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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.

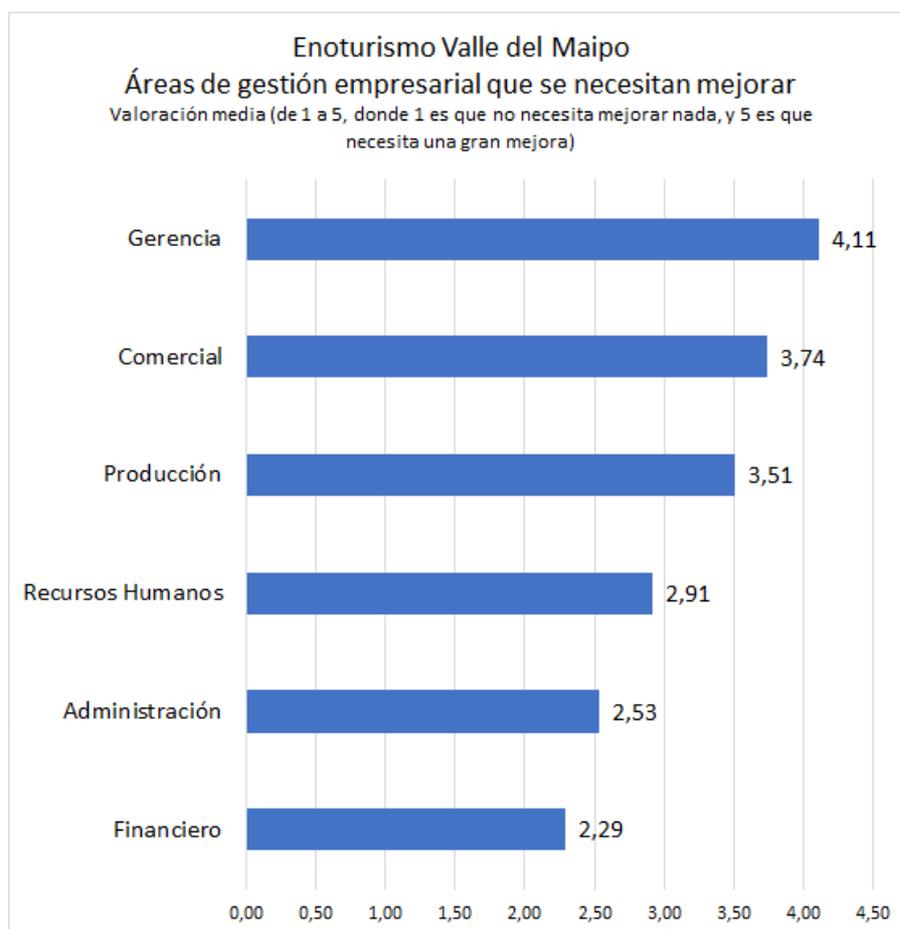
Se percibe que la gerencia y el área de marketing y comercial han de trabajar de forma integrada para sumar al proyecto a la oferta complementaria aledaña, como restaurantes, alojamientos y emprendimientos, que se pueda relacionar al mismo nivel de servicio requerido por la viña. *Existe la oportunidad 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.

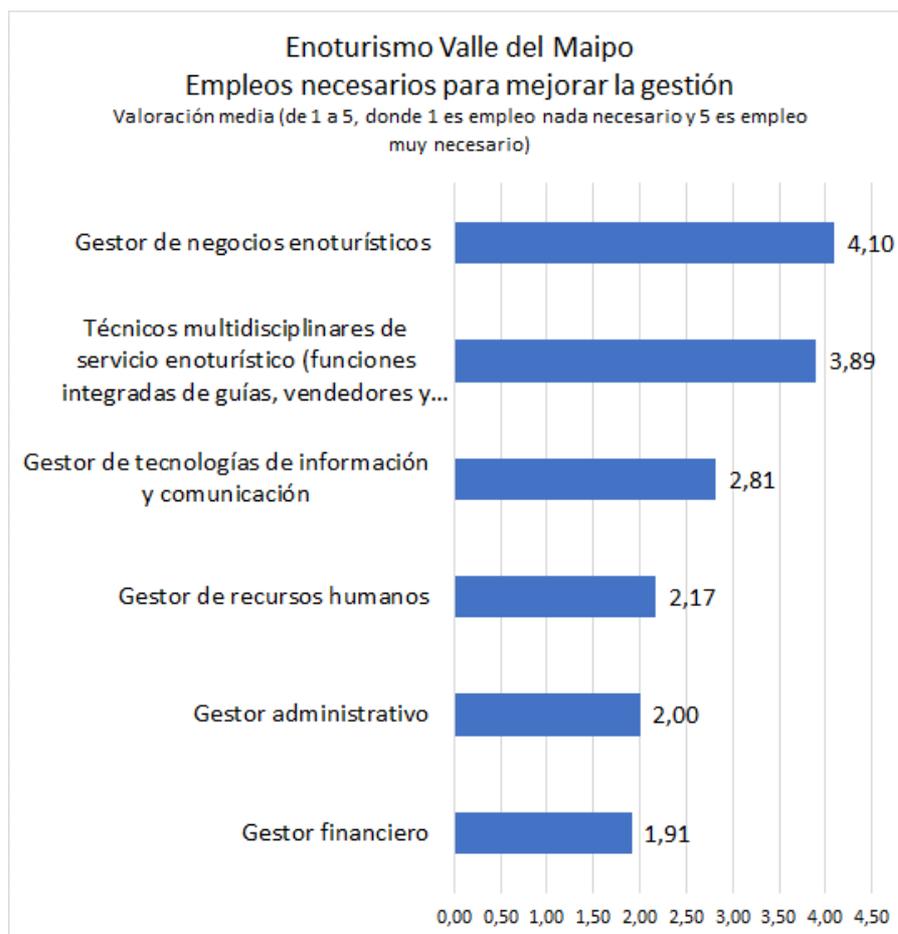
Así, se observa que el perfil demandado requiere capacidades para el Community Management, con la finalidad de analizar clientes, perfiles y tendencias a nivel global.

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

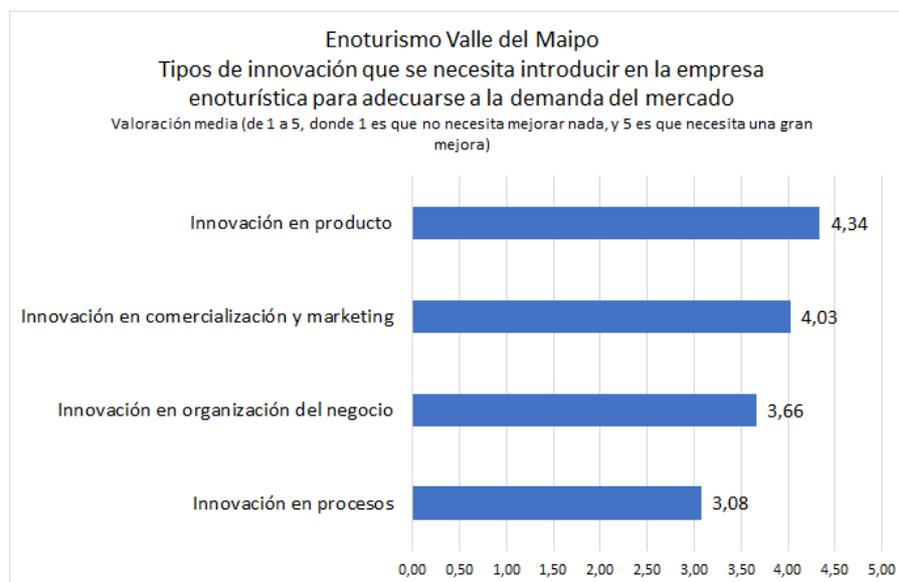
Se percibe que las más activas en materia de innovación para el turismo del vino son las viñas grandes. Algunas de las innovaciones en producto que se tienden a considerar por parte de estas viñas están relacionadas con las nuevas tecnologías.

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.

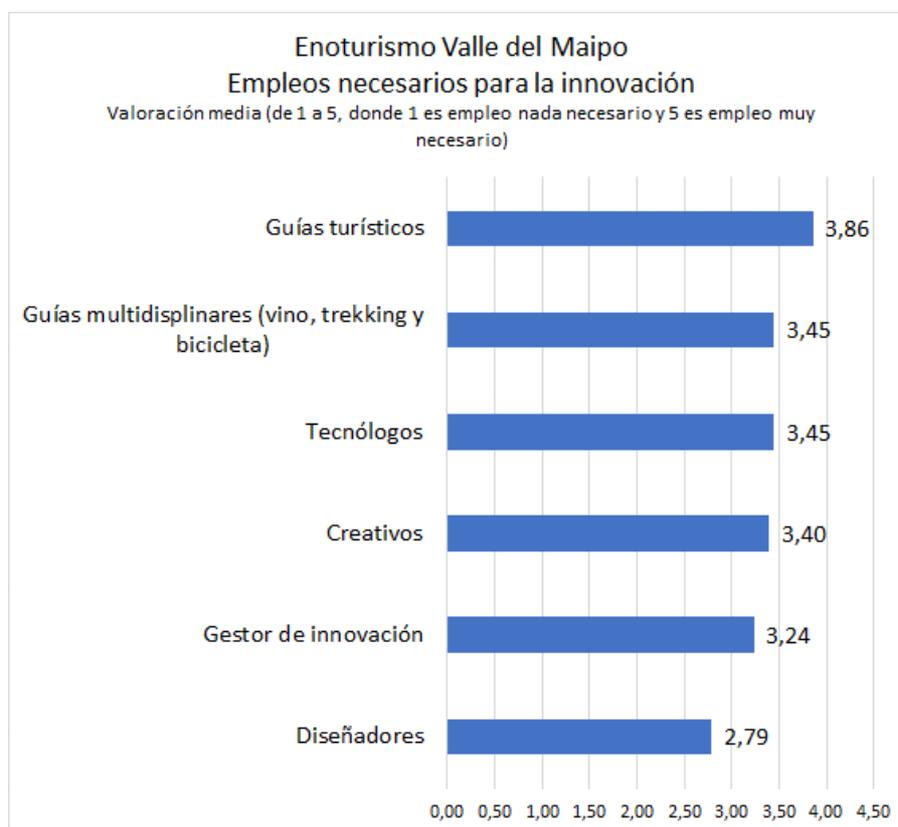
¹¹ Entrecorridas y en cursiva se presentan frases literales expresadas por los entrevistados

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.

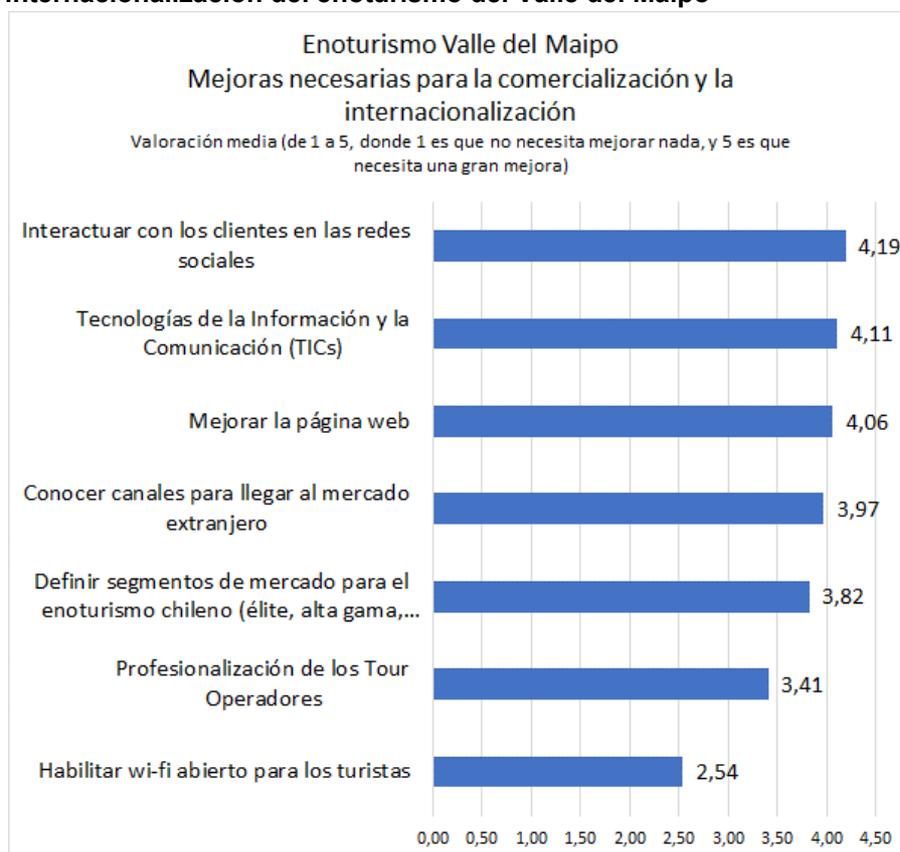
Interactuar con los clientes a través de internet y las redes sociales se tiende a considerar como un factor crucial hoy en día, tanto por parte de las grandes viñas como por las medianas y pequeñas que realizan actividad de turismo del vino.

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”.

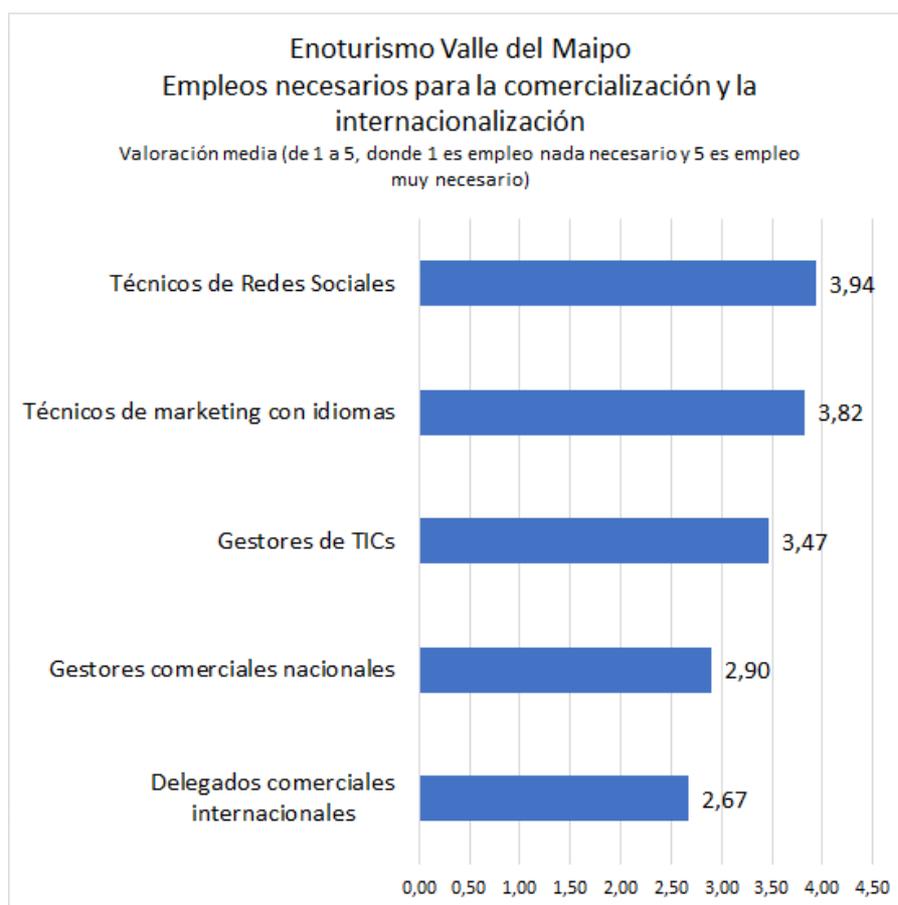
Es un perfil de “Técnico en gestión turística”, con habilidades tecnológicas para conectar con los mercados de turistas utilizando herramientas de internet para la creación y difusión de imágenes, el desarrollo de actividades en Instagram y gestión de otros programas de redes sociales, realización de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

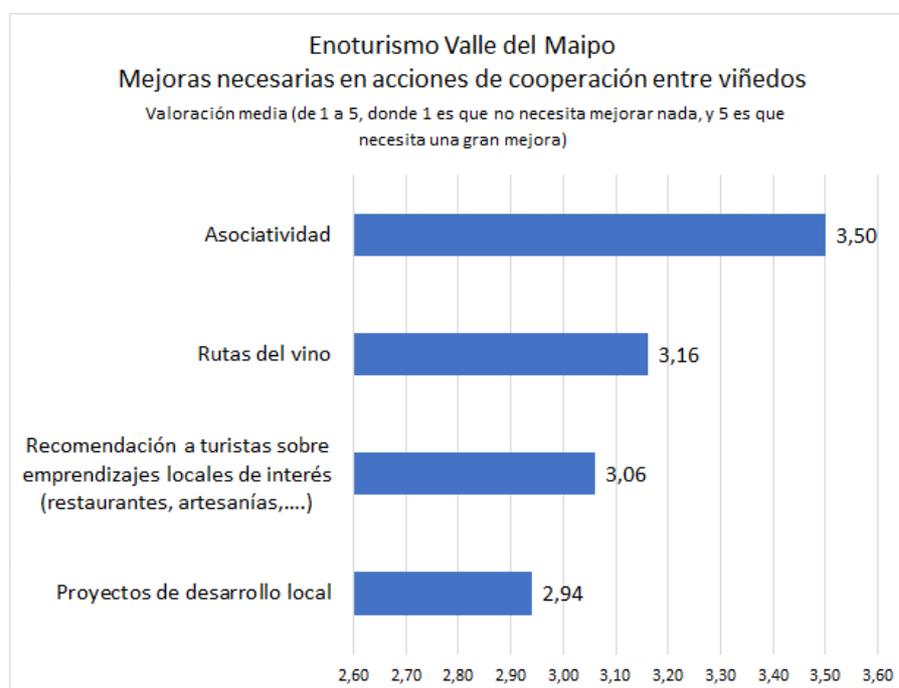
Por su parte, los municipios, tienden a manifestar que existe un trabajo colaborativo con las viñas, de carácter más bien local, no existiendo una estrategia de valle que articule un trabajo en red orientado a fortalecer el desarrollo de las experiencias asociadas al enoturismo en el Valle del Maipo.

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.

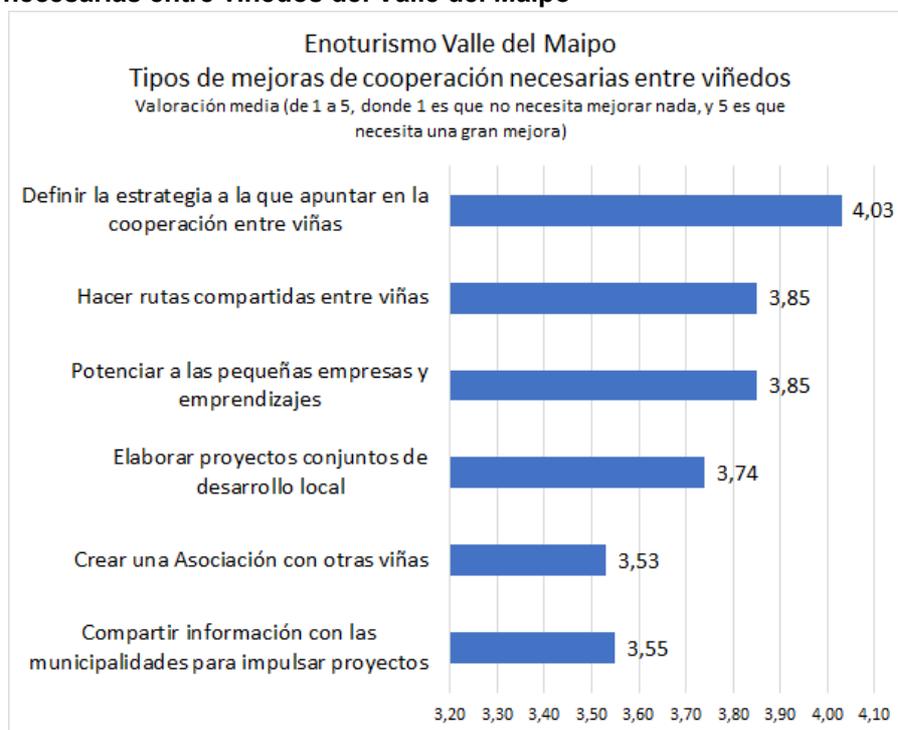
Según lo observado, todos los viñedos tienen el interés de mejorar el posicionamiento de los vinos chilenos en el mercado internacional. Desarrollar la marca vinos de Chile.

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.

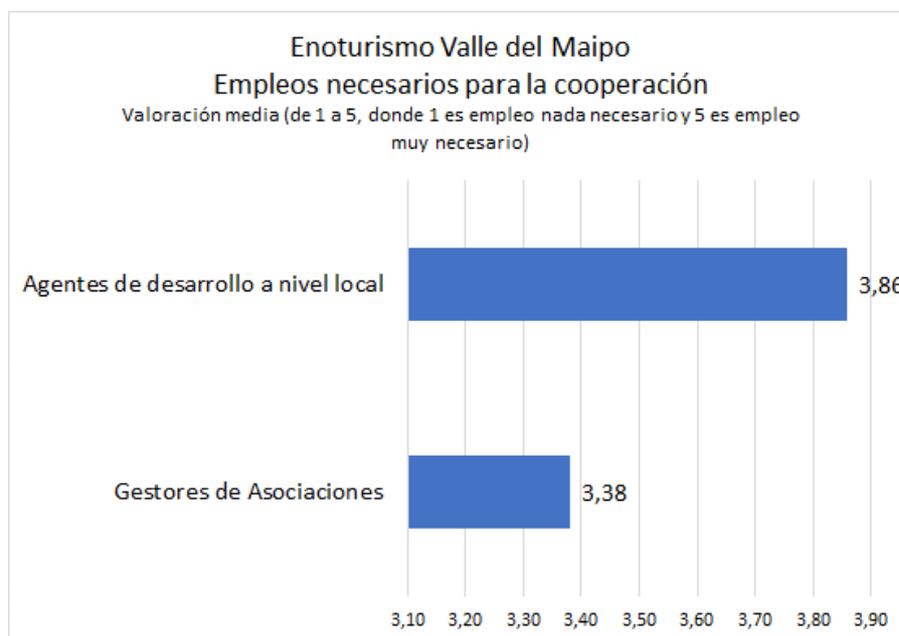
Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacitación del capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo. Análisis de ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para el enoturismo en el Valle del Maipo

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

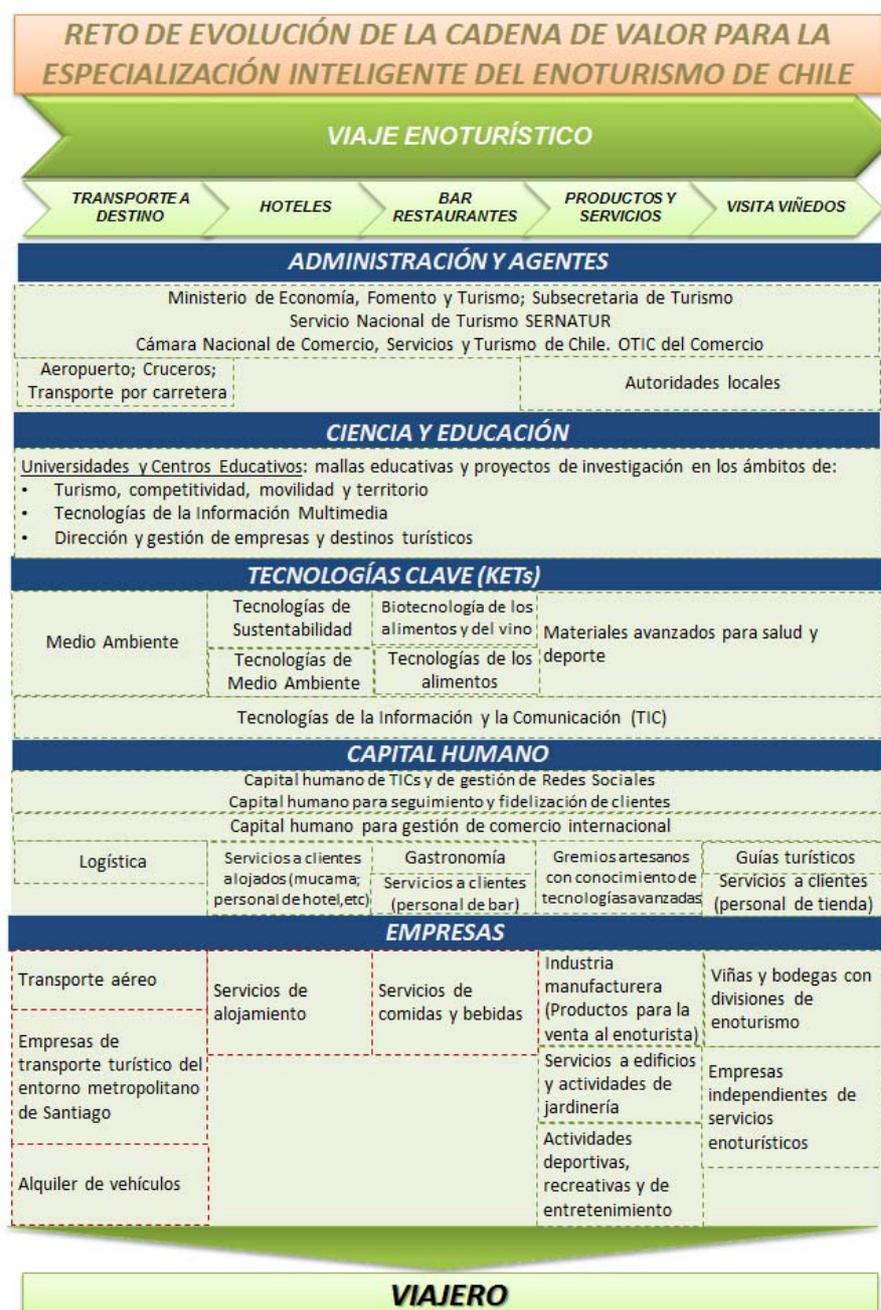
RETO DE EVOLUCIÓN DE LA CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO DE CHILE



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

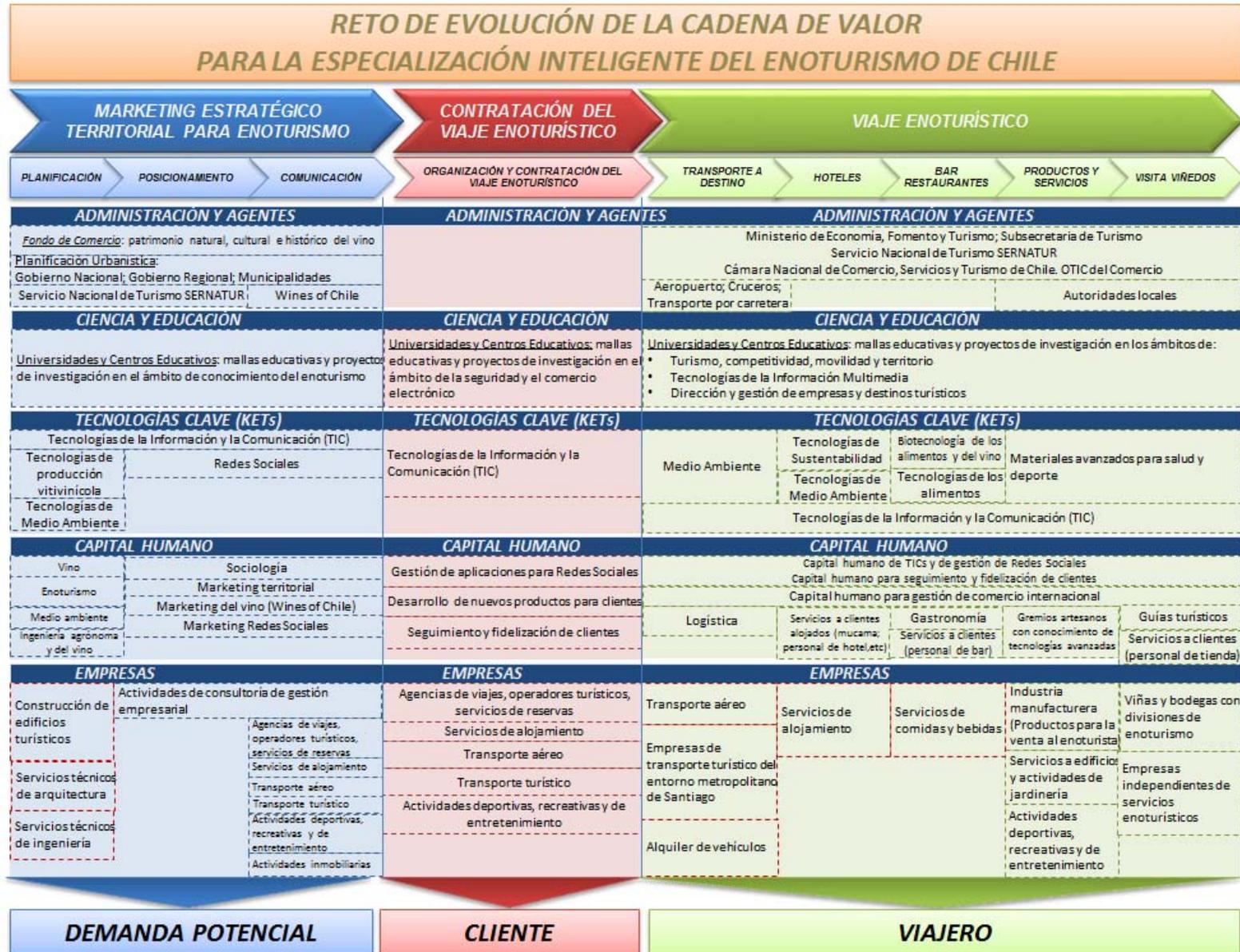
En tercer lugar, la cadena de valor afronta el reto de **mejorar la experiencia durante el viaje enoturístico**. Para ello, necesita un capital humano capaz de innovar en nuevos productos enoturísticos, mejorar la calidad de los existentes en la actualidad, y realizar una gestión profesionalizada de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

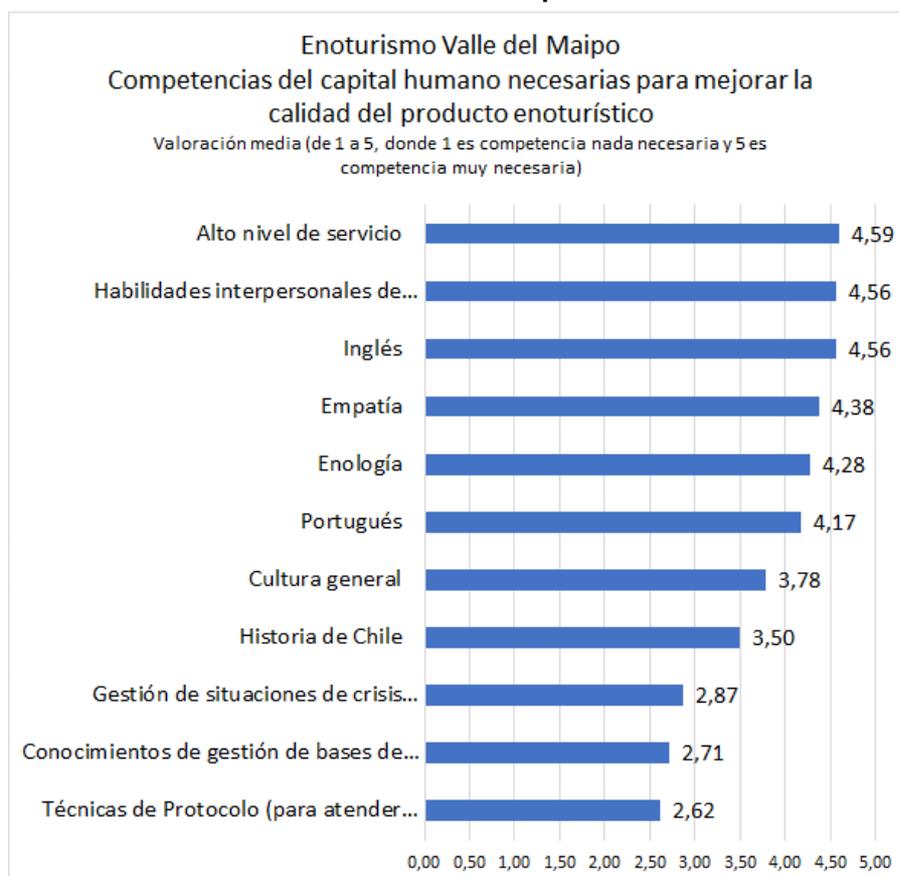
Tal y como también se observa en el siguiente gráfico 26, se plantea la tendencia a considerar menos necesaria la mejora en competencias como técnicas de protocolo para turistas VIP, conocimientos de ofimática y gestión de situaciones de crisis.

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.

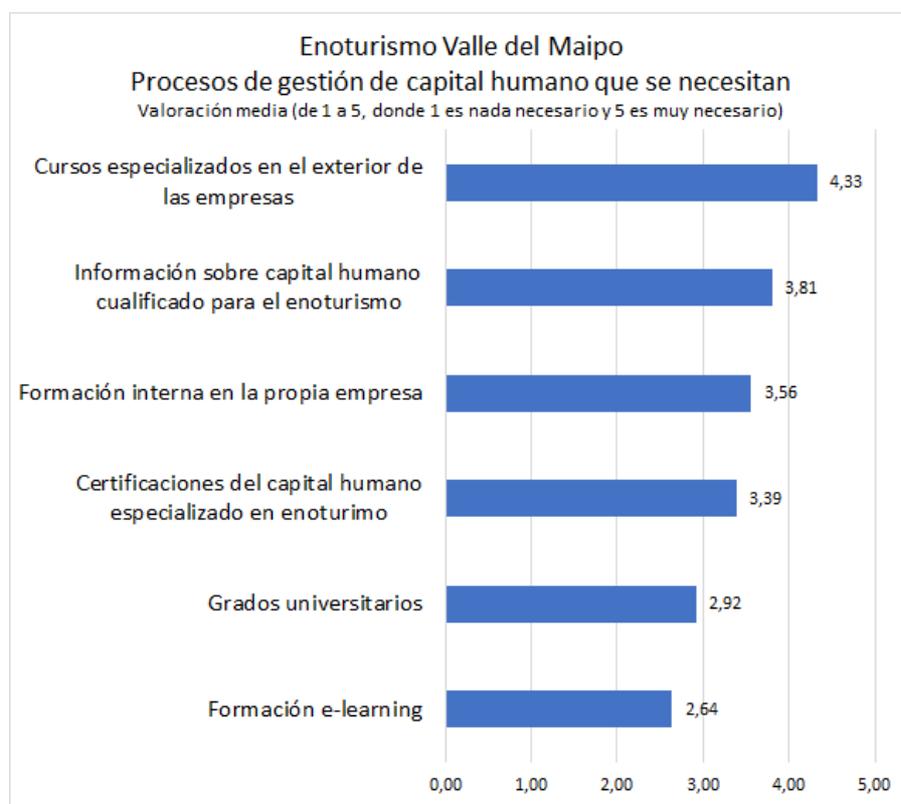
También se observa una importante demanda de información sobre capital humano cualificado para el enoturismo.

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.

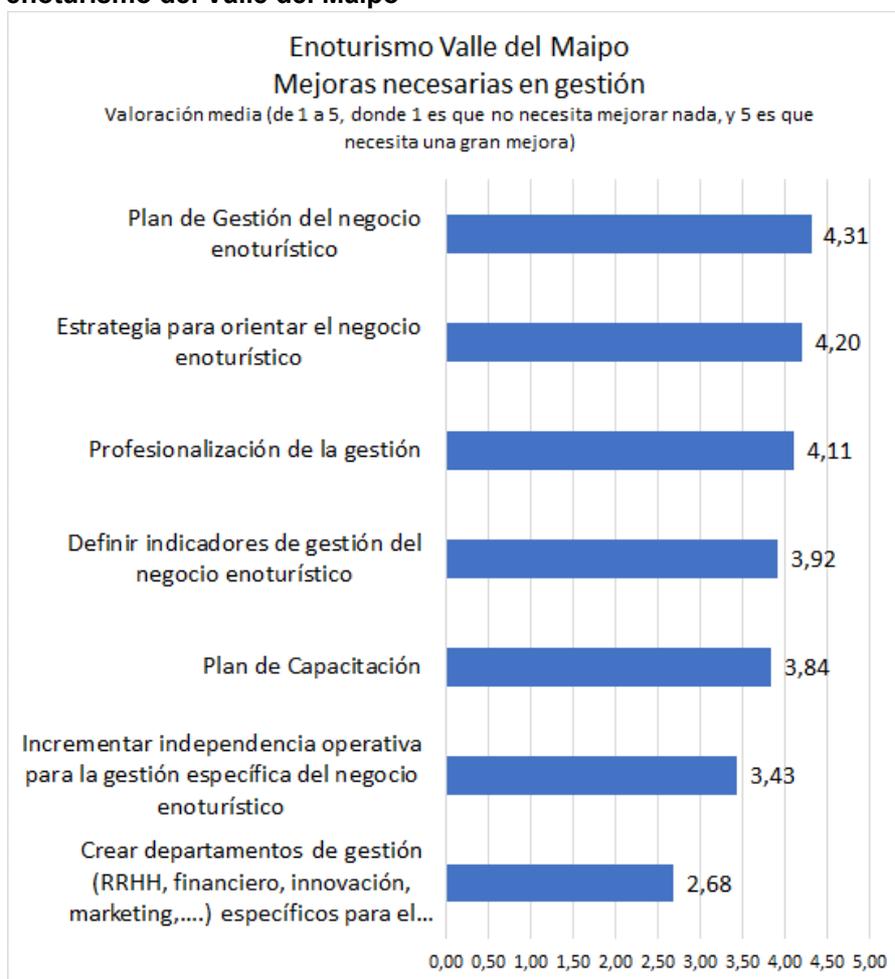
Existen ideas, pero se percibe una falencia de financiamiento para invertir en el desarrollo de la línea de negocio enoturística, esencialmente en las viñas medianas y pequeñas.

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.

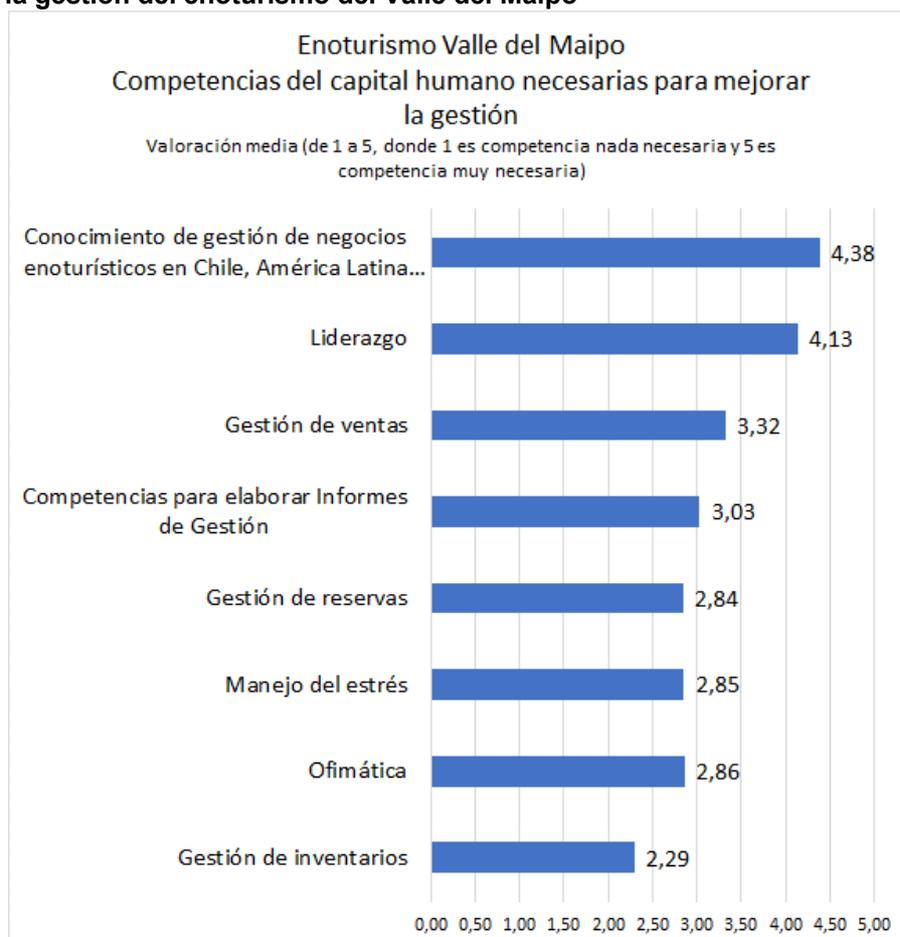
También conocimiento de herramientas de marketing, marketing digital, de servicio y atención al cliente, experiencia en gestión de negocios turísticos, idealmente en el ámbito del vino.

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

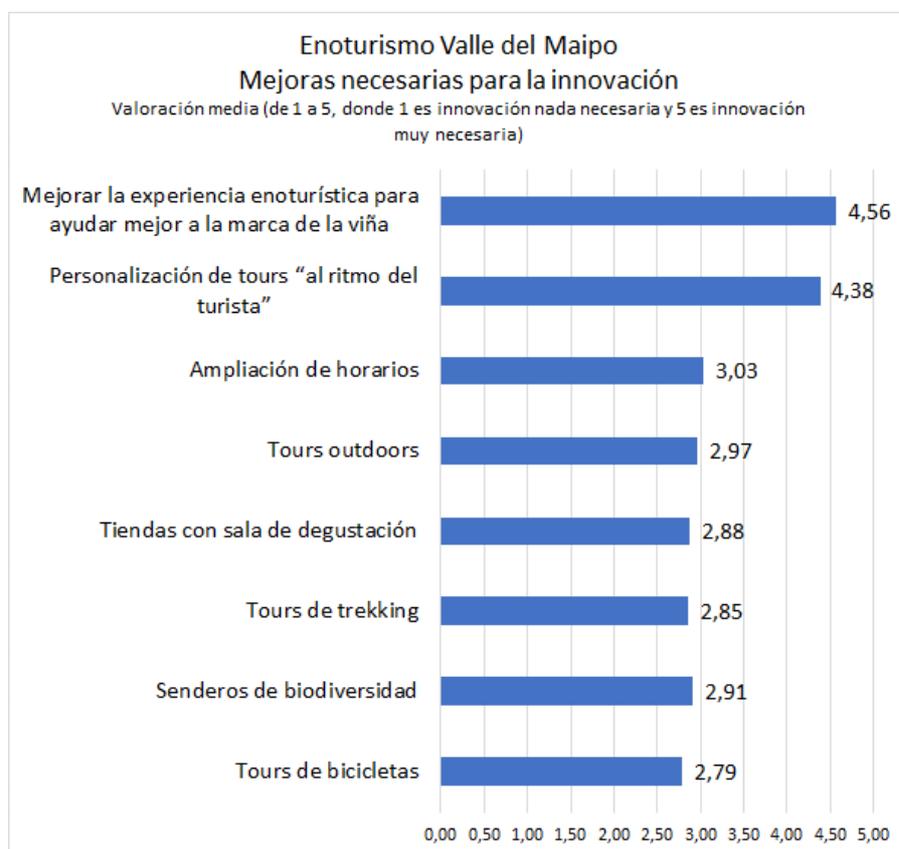


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

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.

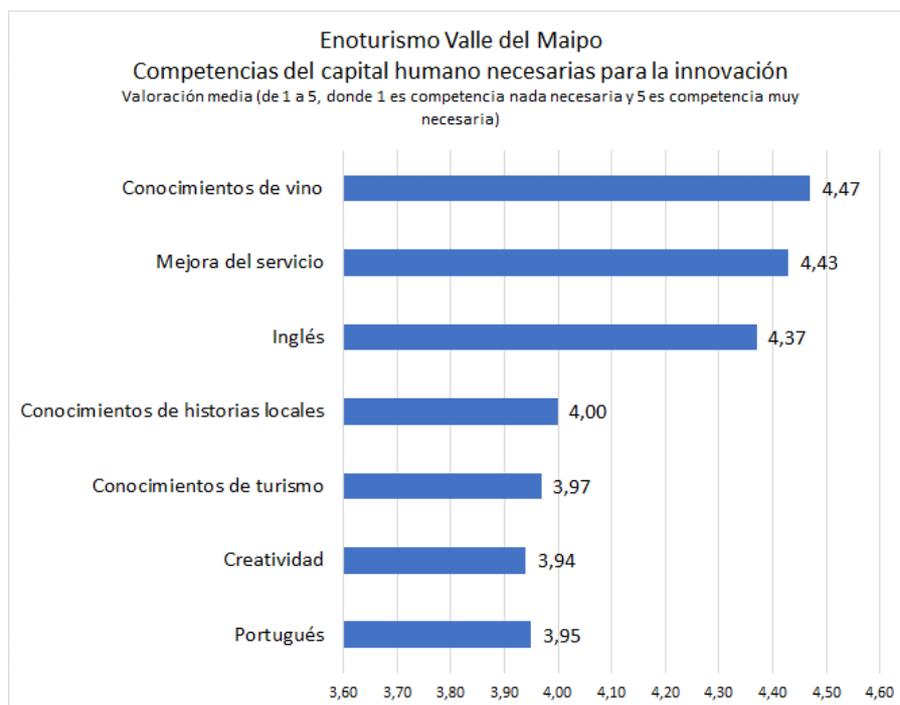
Se tiende a buscar competencias para innovar en la experiencia, para relacionarse más con la marca, y para desarrollar vocación de servicio, como empatía, disposición, vocación de atender a los visitantes y orientación al cliente.

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

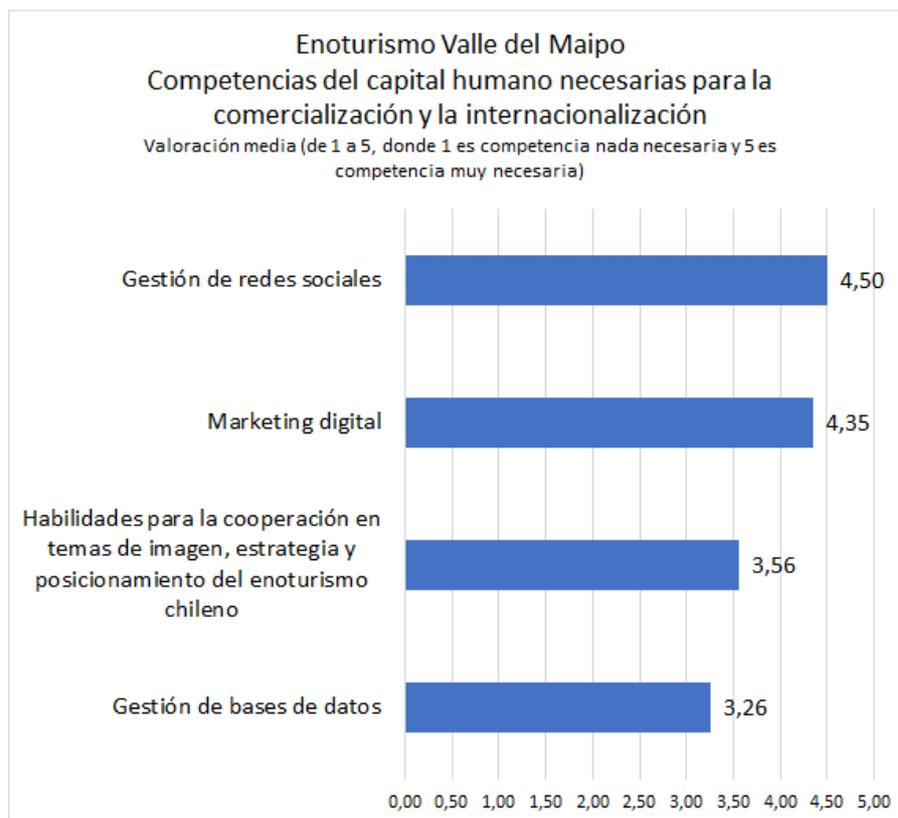


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

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

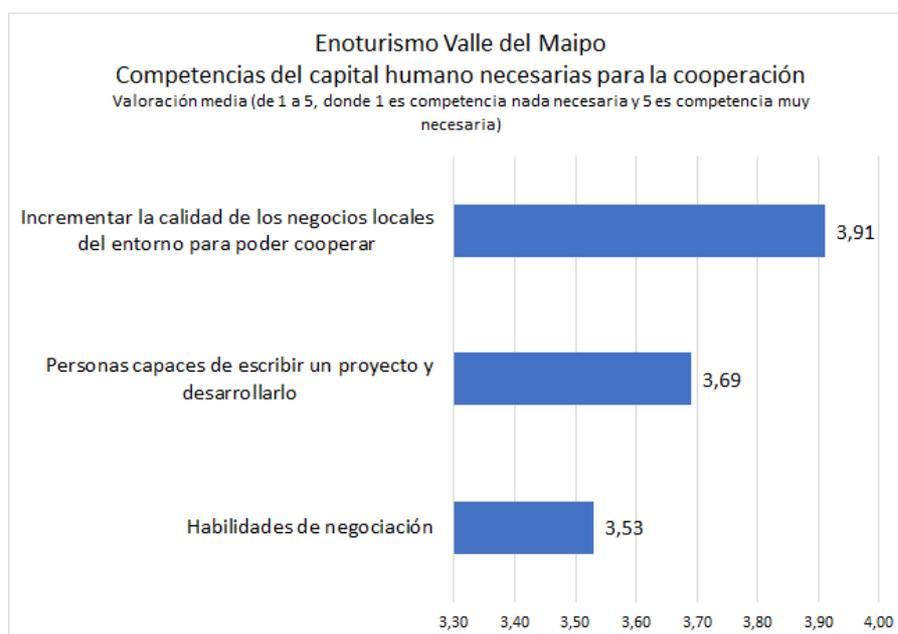
También competencias de comunicación, de idiomas, de historia del entorno, de servicios, y de redes sociales. Se requiere una profesionalización de la actividad comercial para el sector turismo, “*que los comerciales no digan lo que quieran sino lo que tenga sentido*”.

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

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

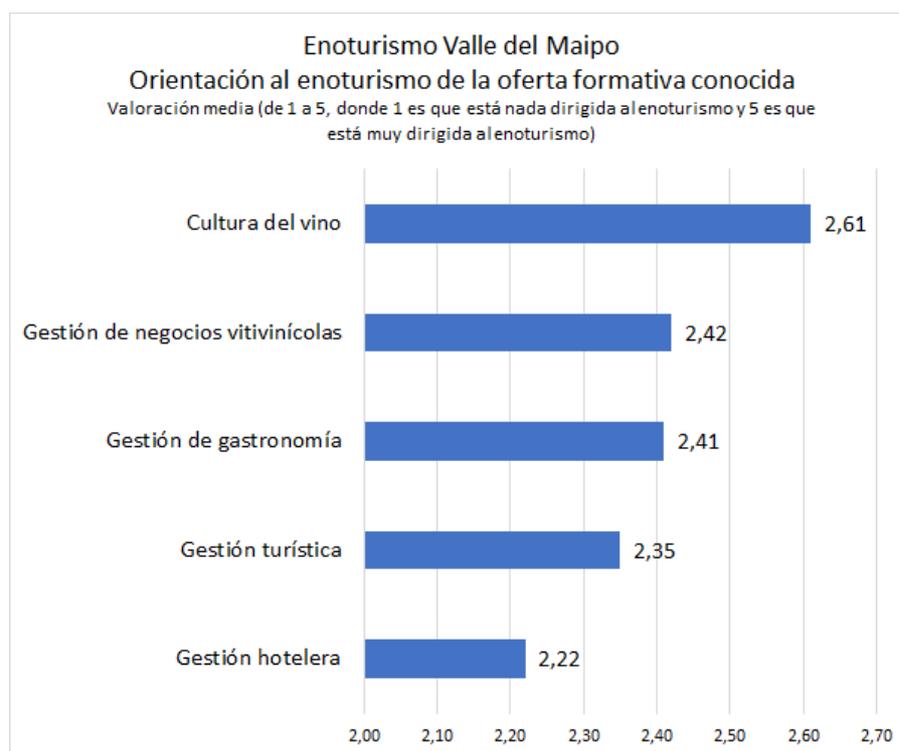
OFERTA FORMATIVA ACTUAL				
CENTRO EDUCATIVO	OFERTA FORMATIVA	PERFILES DE ALUMNOS	TÍTULOS QUE SE OBTIENEN	NIVEL
	empoderamiento	o grados de conocimiento	empoderamiento	
OTECs	Habilidades comunicacionales para la atención del cliente en forma efectiva	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en habilidades comunicacionales para la atención al cliente	TÉCNICO
OTECs	Técnicas de atención comercial	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención comercial	TÉCNICO
OTECs	Técnicas de atención al cliente	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención al cliente	TÉCNICO
OTECs	Técnicas de atención al público	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de atención al público	TÉCNICO
OTECs	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
OTECs	Técnicas de ventas	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en técnicas de ventas	TÉCNICO
OTECs	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
OTECs	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
OTECs	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
OTECs	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
OTECs	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
OTECs	Coaching empresarial	Personas que necesiten desarrollar aptitudes, habilidades o grados de conocimiento	Capacitado en coaching empresarial	TÉCNICO
OTECs	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.

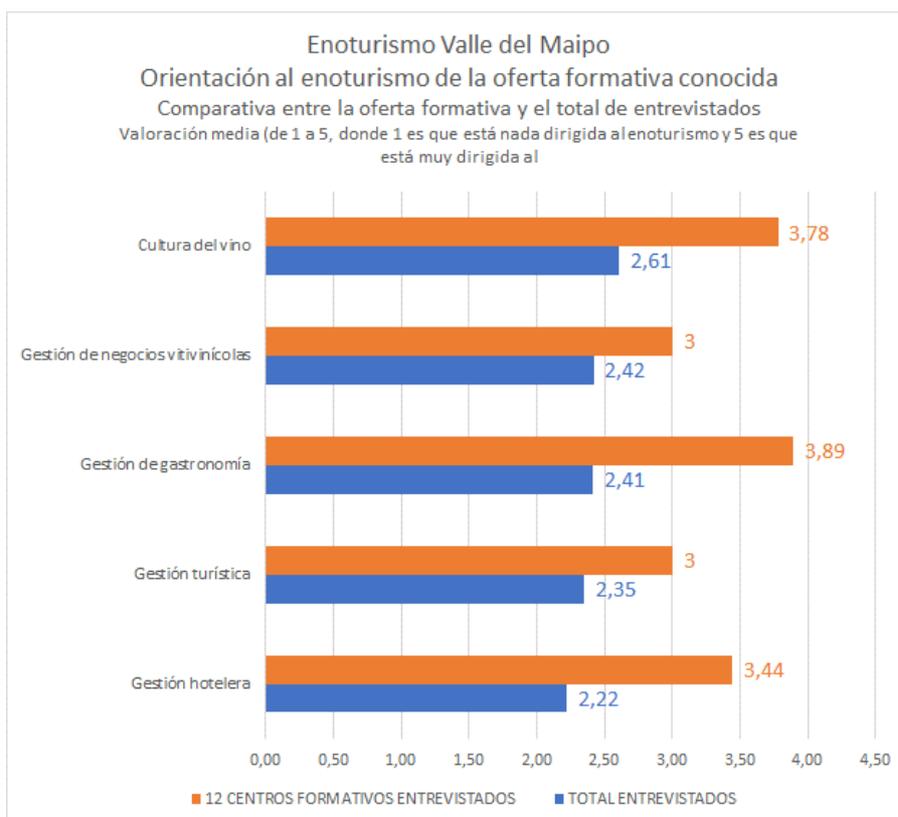
Tomando en consideración de manera diferenciada las opiniones de los Centros Educativos entrevistados durante el trabajo sobre el terreno, tal y como se observa en el siguiente gráfico 35, se observa una tendencia general a que estos consideran que la oferta formativa existente está más orientada al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

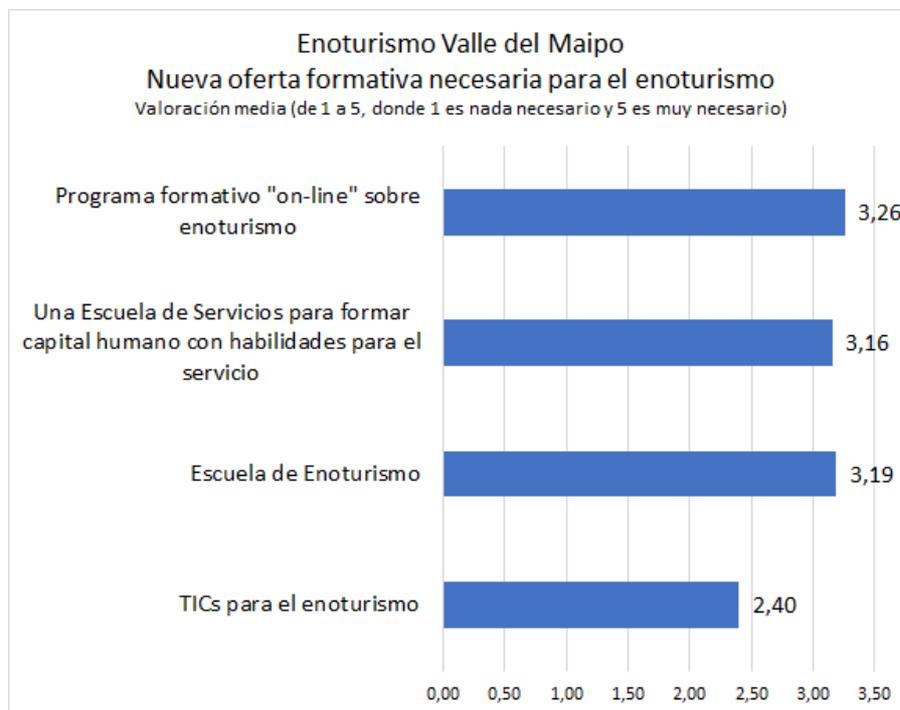
Ello supone una oportunidad de encadenamiento para la formación ocupacional y la capacitación.

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



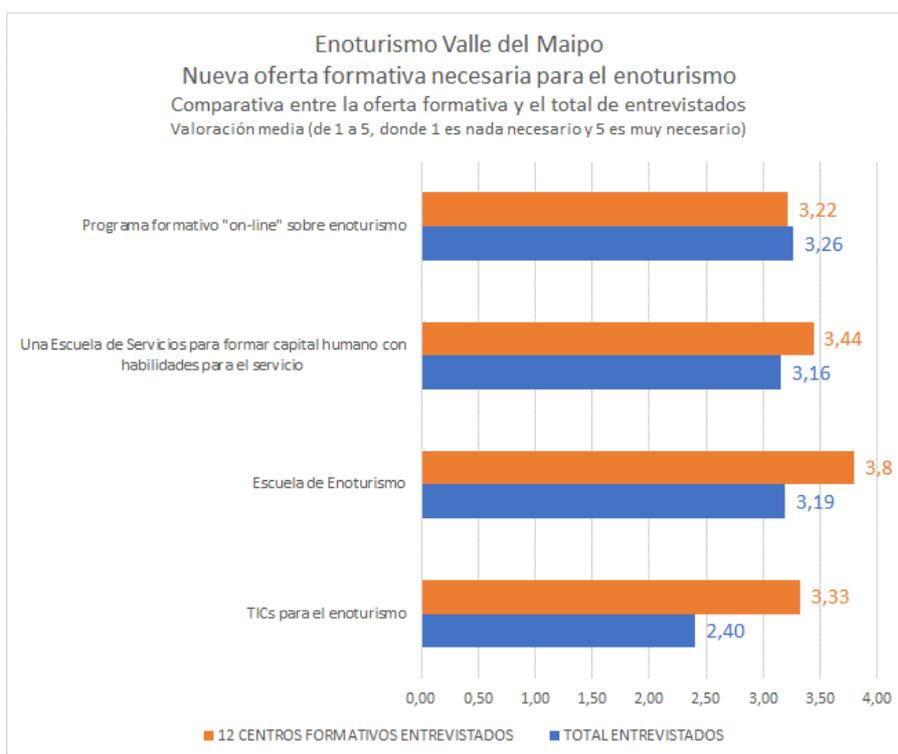
Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

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

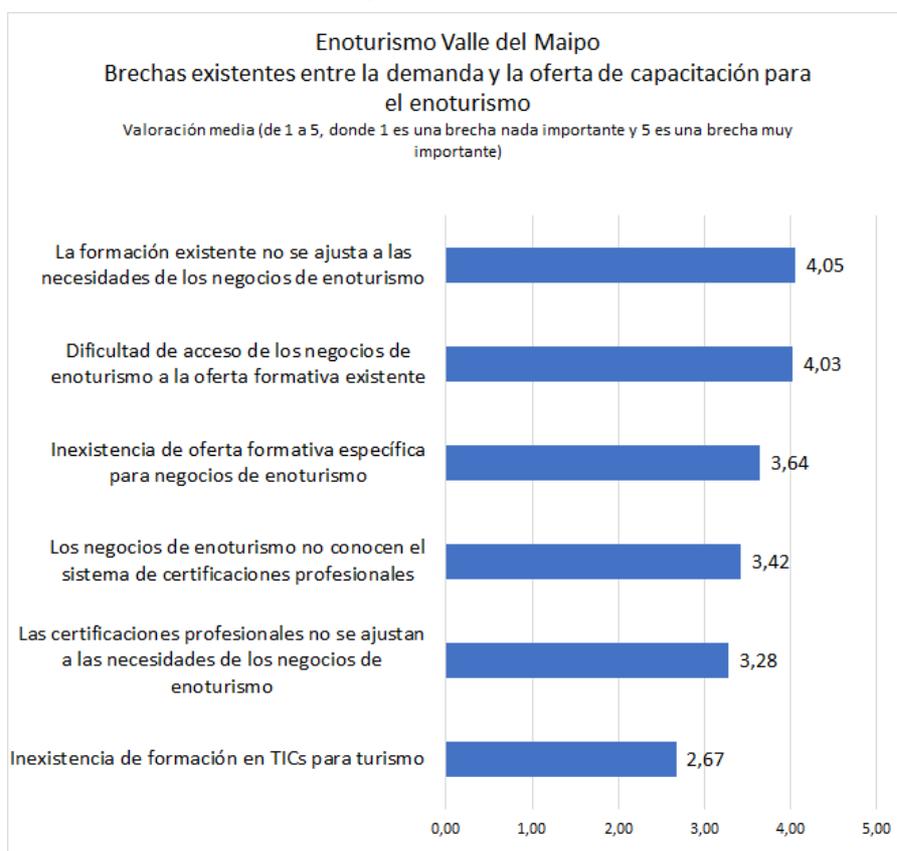


Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

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



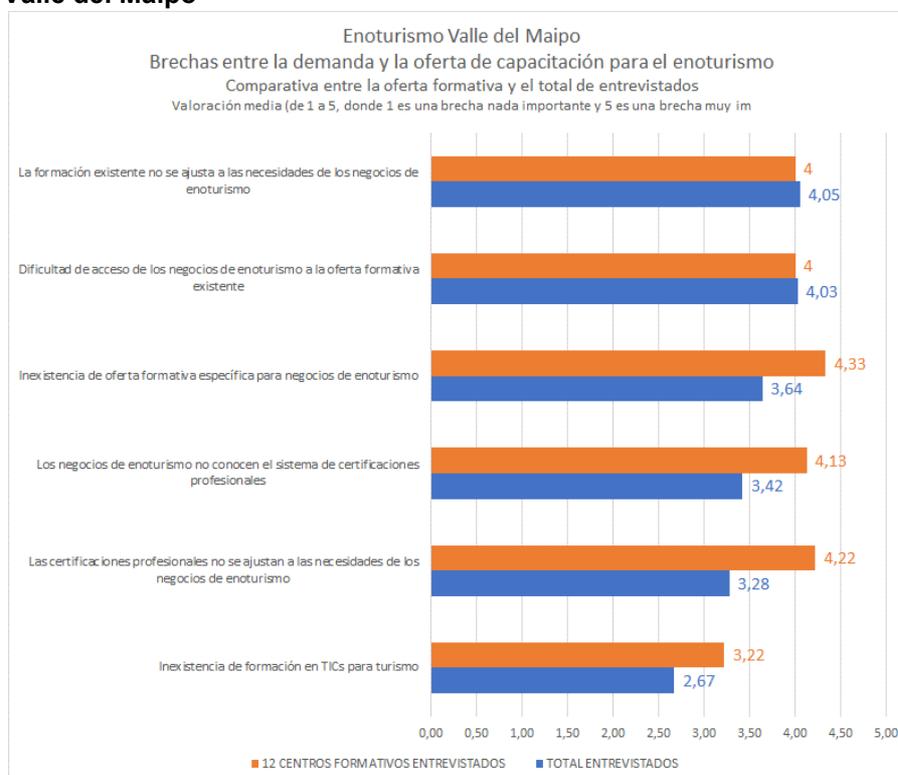
Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo

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 Turísticas 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 las 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	
	<p>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.</p> <p>Unidades temáticas:</p> <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 Pszczółkowski 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: Mantenimiento 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 mantenimiento 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

ANEXO 5/ PROGRAMA DE CAPACITACIÓN: ITINERARIOS FORMATIVOS PARA EL CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

**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**

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

***ITINERARIOS FORMATIVOS PARA EL
CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO EN
EL VALLE DEL MAIPO***

infyde iD

Julio 2017

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Índice

1/ INTRODUCCIÓN	3
1.1/ OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO.....	3
1.2/ METODOLOGÍA.....	4
2/ PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	9
2.1/ MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR ENOTURISTICO	9
2.1.1/ <i>MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL ENOTURISMO</i>	11
2.1.2/ <i>CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO</i>	15
2.1.3/ <i>VIAJE ENOTURÍSTICO</i>	19
2.2/ PERFILES OCUPACIONALES DEMANDADOS POR EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO.....	23
2.2.1/ <i>AGENTE DE DESARROLLO LOCAL</i>	26
2.2.2/ <i>GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA</i>	29
2.2.3/ <i>GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS</i>	32
2.2.4/ <i>GESTOR DE REDES SOCIALES</i>	34
2.2.5/ <i>AGENTE DE VIAJES</i>	37
2.2.6/ <i>GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO</i>	40
2.2.7/ <i>GESTOR DE HOTEL</i>	43
2.2.8/ <i>MUCAMA</i>	45
2.2.9/ <i>CHEF</i>	47
2.2.10/ <i>COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL</i>	50
2.2.11/ <i>SUMILLER</i>	52
2.2.12/ <i>GUÍA ENOTURÍSTICO</i>	54
2.3/ ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA.....	58
2.4/ PLANES FORMATIVOS.....	60
2.4.1/ <i>PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL</i>	61
2.4.2/ <i>PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO</i>	64
2.4.3/ <i>PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE VIAJE ENOTURÍSTICO</i>	76

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

3/ CALENDARIO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN..... 95

4/ CONCLUSIONES..... 97

**ANEXO 1/ CONCLUSIONES DE PRIORIZACIÓN DEL MAPA DE
OCUPACIONES, MAPA DE COMPETENCIAS Y MAPA DE
CAPACITACIÓN ESTABLECIDAS EN LAS MESAS DE CONTRASTE
CELEBRADAS EL 26 DE JULIO DE 2017 EN VIÑA SANTA RITA 106**

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

1/ INTRODUCCIÓN

1.1/ OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO

El presente documento recoge un *Programa de Capacitación* para el capital humano del enoturismo del Valle del Maipo.

Este Programa de Capacitación se ha diseñado tomando como base las conclusiones alcanzadas en el *Mapa Ocupacional, el Mapa Competencial y el Mapa de Capacidades* elaborados durante la primera etapa del proyecto de “*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 de este Programa de Capacitación es definir diferentes *Módulos de Formación* en función de las necesidades detectadas y, posteriormente, determinar los *Itinerarios Formativos* más adaptados a las ocupaciones identificadas del sector enoturístico y afines, vinculadas a innovación, calidad, internacionalización, gestión y trabajo en red.

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

- Mejorar la Calidad.
- Favorecer la gestión y la diversificación de productos.
- Potenciar la innovación.
- Aumentar la internacionalización.
- Promover la asociatividad y la cooperación.

Para conseguirlo, este Programa de Capacitación presenta:

1. Una identificación de los perfiles ocupacionales considerados clave y prioritarios para el sector enoturismo.
2. Una definición de los Itinerarios Formativos más adecuados para cada una de las ocupaciones del enoturismo desde una perspectiva de cadena de valor, incluyendo la identificación de las rutas formativas.
3. Un Programa de Capacitación que presenta los contenidos de los planes formativos para cada perfil profesional.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

1.2/ METODOLOGÍA

La **metodología** utilizada para la realización de este *Programa de Capacitación* ha servido de soporte para definir unos Itinerarios Formativos que permitan al capital humano del Valle del Maipo adquirir competencias para el desarrollo de su actividad profesional en un sector estratégico para el valle como es el enoturismo, e identificar los pasos en el itinerario que son necesarios realizar para ascender en su nivel de cualificación.

La metodología está definida para diseñar un Programa de Capacitación adaptado a las necesidades de cualificación del capital humano del Valle del Maipo, y a los requerimientos de desarrollo competitivo de las empresas de enoturismo que operan en el valle.

Así, tal y como se recoge en las conclusiones del Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacitación del enoturismo del Valle del Maipo¹, **el capital humano y las empresas demandan una oferta formativa que contemple las siguientes características:**

- Oferta formativa con **contenidos adecuadamente orientados al enoturismo.**
- Oferta formativa con una **programación adecuada, en horarios, lugares de impartición cercanos al entorno local, y nivel de contenidos**, que facilite su aprovechamiento al capital humano autóctono que reside en el Valle del Maipo.
- **Oferta formativa dual**, que integre de manera coherente los contenidos teóricos y prácticos en el aula, junto con las prácticas en las propias empresas.
- Oferta formativa con titulaciones oficiales que faciliten al capital humano la obtención de **certificados profesionales que reconozcan de manera oficial su nivel de cualificación** para el ejercicio de profesiones en el sector del enoturismo.

¹ Ver Anexo 1: conclusiones de priorización del Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacitación, establecidas en las Mesas de Contraste celebradas el 26 de Julio de 2017 en Viña Santa Rita

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Para conseguirlo, este Programa de Capacitación ha sido diseñado mediante la utilización de las herramientas metodológicas que se definen a continuación.

- **Módulos de Formación.** Contenidos de formación y cualificación que combinan la teoría con la práctica, el trabajo colaborativo entre las personas y empresas participantes, y dinámicas de trabajo grupales que permitan generar confianza, solucionar problemas y/o emprender nuevas iniciativas de manera conjunta entre los alumnos.
- **Itinerarios Formativos.** Un Itinerario Formativo es un conjunto de módulos de formación que permiten adquirir determinados conocimientos y avanzar en la adquisición de habilidades y aptitudes en base a su puesta en práctica y entreno.
- **Programa de Capacitación.** Conjunto de módulos y de itinerarios Formativos para los perfiles ocupacionales del enoturismo del Valle del Maipo.
- **Plan de Comunicación.** Conjunto de actividades dirigidas a difundir los contenidos y convocatorias del Programa de Capacitación.

Adicionalmente, este Programa de Capacitación ha sido diseñado para **adecuarse al marco nacional vigente en materia de formación y empleo.** De esta forma, persigue que sus contenidos sean coherentes y contribuyan al desarrollo de las siguientes normativas:

- **Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.** El *Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)* y la *Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (ChileValora)*, han promulgado el Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral que tiene como objetivo ser un instrumento para clasificar las actividades profesionales no reconocidas por un título en el sistema educativo, la implementación de itinerarios formativos, y la orientación de la movilidad de las personas en el mercado laboral.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Este marco establece **5 niveles de cualificación**, cada uno de los cuales alcanza un nivel de “**Certificado de formación laboral**” y de “**Certificado de Competencias Laborales**”. A continuación, se presenta la tabla de niveles de cualificación y de Credenciales de Formación y Certificación del Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.

NIVEL	DESCRIPCIÓN	CREDENCIALES DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	
		FORMACIÓN	CERTIFICACIÓN
1	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos de baja complejidad, ejecutando tareas rutinarias, con supervisión de su trabajo y baja autonomía	Certificado de Formación Laboral 1 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 1 (Chilevalora)
2	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones de complejidad media, dentro de un ámbito laboral y/o estudio delimitado con supervisión de su trabajo y poca autonomía	Certificado de Formación Laboral 2 (SENCE) Técnico Nivel Medio (Educación Media) (*)	Certificado de competencias laborales 2 (Chilevalora)
3	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones complejas en un área delimitada dentro de un sector productivo con supervisión asociada a parámetros y autonomía para la implementación de rutinas	Certificado de Formación Laboral 3 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 3 (Chilevalora)
4	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones que integran elementos teóricos y técnicos, pudiendo tener responsabilidades en la coordinación de equipos en un área de trabajo y/o estudio y con rangos amplios de autonomía.	Técnico Nivel Superior (Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 4 (Chilevalora)
5	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos en donde aplican conocimientos amplios y coherentes, con responsabilidad por la gestión de iniciativas y proyectos con diversas variables y escenarios, en uno o más contextos específicos de área de trabajo y/o estudio con alta autonomía.	Título Profesional Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 5 (Chilevalora)

(*) Credenciales del sistema educacional forma que se presenta como referencia

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

- **Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales.** Es una política pública conducida por la *Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (ChileValora)*, cuya función es el reconocimiento formal de las competencias laborales de las personas, independientemente de cómo hayan sido adquiridas y de si tienen o no un título o grado académico formal.

Este Sistema se concreta mediante *Proyectos de Competencias Laborales*, en los que se diagnóstica la situación y las características del empleo de un sector de actividad, y mediante el diálogo social y el trabajo tripartito entre gobierno, empleadores y trabajadores, se levantan y validan los perfiles ocupacionales clave para el sector. Así:

- Definen **Unidades de Competencias Laborales** que son *“estándares que describen conocimientos, habilidades y aptitudes que una persona debe ser capaz de desempeñar y aplicar en distintas situaciones de trabajo”*.
- También determinan los **Perfiles Ocupacionales** que son *“una agrupación de Unidades de Competencia Laboral (o estándares) relevantes para una determinada área ocupacional u oficio en un sector productivo determinado”*.
- Levantan **Mapas de Proceso** de un sector productivo, que identifican los Perfiles Ocupacionales de la cadena de valor de un sector productivo.
- Elaboran **Rutas Formativas Laborales** que faciliten a los trabajadores construir trayectorias y acceder a su **acreditación de su nivel de cualificación**.

Finalmente, este Programa de Capacitación también ha sido diseñado para contribuir al aprovechamiento por parte del capital humano del Valle del Maipo y de las empresas del sector enoturístico local, de la oferta formativa ya existente en el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).

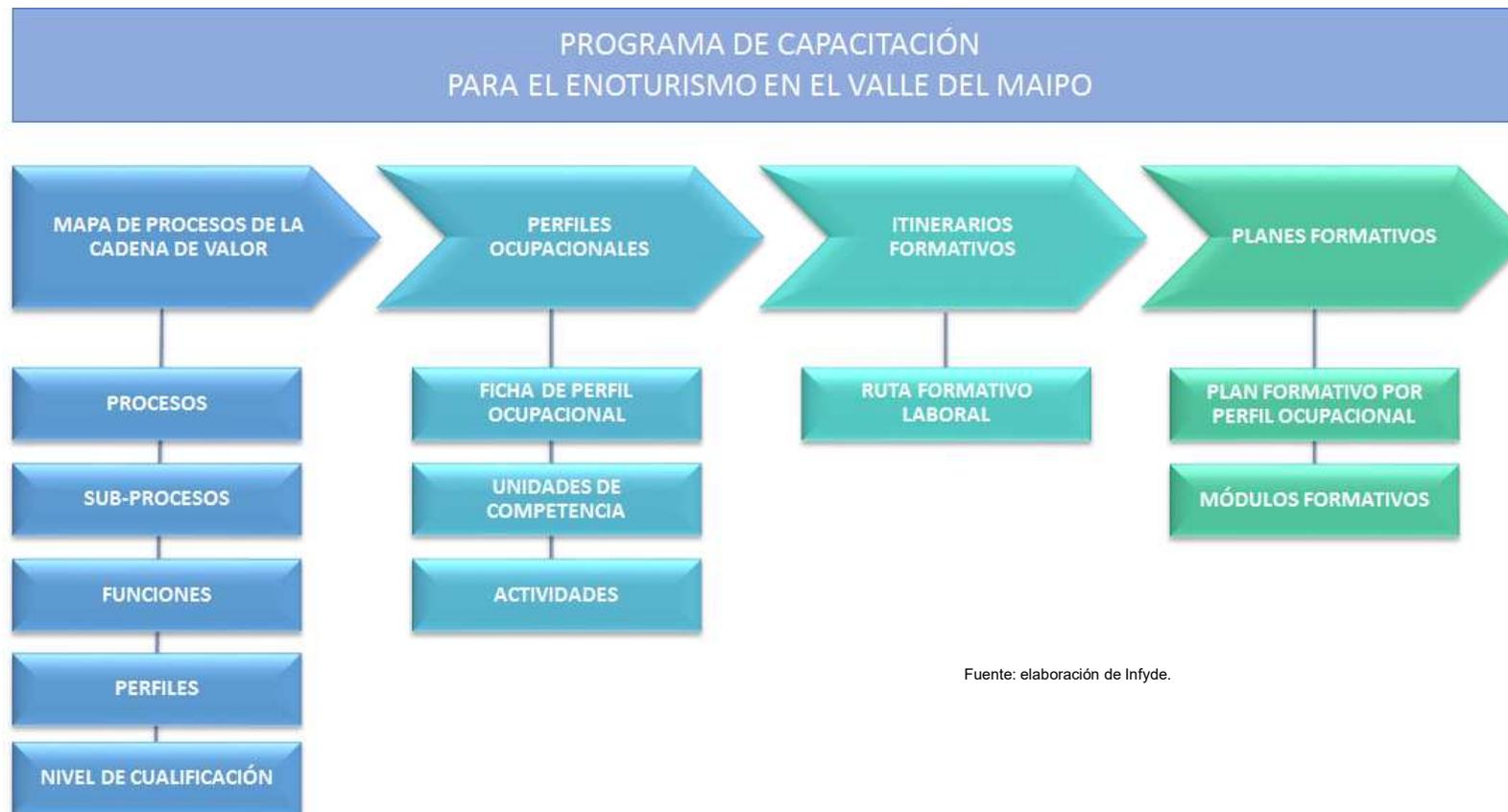
Por ello, el presente Programa de Capacitación toma en **especial consideración el desarrollo de itinerarios formativos para capital humano con niveles de cualificación 1, 2 y 3** del Marco Nacional de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En base a este enfoque metodológico, se presentan a continuación los contenidos del Programa de Capacitación para el enoturismo en el Valle del Maipo.

Gráfico 1: Contenidos del Programa de Capacitación para el enoturismo en el Valle del Maipo



2/ PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

2.1/ MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR ENOTURISTICO

El diagnóstico de Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacidades elaborado en el marco de este proyecto de “*análisis de perfiles ocupacionales, competencias requeridas y capacidades del capital humano para el sector de enoturismo en el Valle del Maipo (Región Metropolitana)*”, ha recopilado información y valoraciones de las empresas, agentes y centros educativos de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo.

También ha realizado un análisis de tendencias de programas de desarrollo del capital humano para el enoturismo en los países con mayor tradición vinícola del mundo.

El análisis de toda esta información recopilada concluye que la cadena de valor del enoturismo está integrada por ***tres procesos clave***, que son:

- el ***marketing estratégico territorial para el enoturismo***,
- la ***contratación del viaje enoturístico***, y
- el ***desarrollo del propio viaje de turismo del vino***.

Cada uno de estos grandes procesos está integrado por un conjunto de sub-procesos, que se presentan en el siguiente gráfico.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 2: Sector enoturismo de Chile. Procesos y subprocesos clave de la cadena de valor



Fuente: elaboración de Infyde.

Se presenta a continuación la descripción de cada uno de los subprocesos clave de la cadena de valor, así como los perfiles ocupacionales relacionados con cada uno de los procesos.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.1.1/ MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA EL ENOTURISMO

El proceso clave de *marketing estratégico territorial para el enoturismo* está integrado por los siguientes subprocesos.

Gráfico 3: Sector enoturismo de Chile. Subprocesos de marketing estratégico territorial



Fuente: elaboración de Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El proceso de *marketing estratégico territorial* es clave para el impulso al desarrollo del turismo del vino en un territorio.

En la etapa de diagnóstico de este proyecto se ha observado que los agentes educativos e institucionales de ámbito local tienden a considerar que el ordenamiento del desarrollo territorial es clave para el impulso competitivo del enoturismo en el Valle del Maipo, y para distribuir los beneficios económicos generados por este sector entre la sociedad local.

Así, tienden a considerar que el objetivo del marketing territorial ha de consistir en ordenar y planificar los recursos y capacidades existentes en el territorio vinícola, para articular una oferta turística atractiva para los visitantes potenciales procedentes de cualquier parte del mundo.

Junto con el propio conocimiento de los procesos de producción de vino, se tiende a considerar que una región o valle vinícola como la del Valle del Maipo ha erigido un patrimonio arquitectónico, cultural e histórico que ha de ser articulado, ordenado y orientado para aportar un valor de interés para los visitantes.

Adicionalmente, el entorno natural, paisajístico y medio ambiental también ha de contribuir a potenciar este atractivo.

Así, en primer lugar, se tiende a considerar necesario realizar una *planificación urbanística y territorial* que ayude a ordenar los recursos existentes para promover el desarrollo económico y social a nivel local en torno a la cultura y la industria del vino.

En segundo lugar, se tiende a considerar necesario *crear y posicionar un destino, que en la actualidad se percibe que no se encuentra adecuadamente definido y promocionado*.

El destino es el conjunto de recursos, capacidades, productos y servicios que se ponen a disposición de los visitantes potenciales de todo el mundo. Para dar forma al Valle del Maipo como destino enoturístico, las infraestructuras en el territorio han de estar ordenadas y organizadas para facilitar su proyección y para ofrecer una experiencia satisfactoria a los visitantes.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se tiende a considerar que los *proyectos de desarrollo local* han de contribuir no solo al fortalecimiento del concepto integrado de destino, sino también a *formar al capital humano local* de una manera coherente con la visión de destino que se quiere alcanzar.

Finalmente, en tercer lugar, se tiende a considerar necesario *comunicar* las características y atributos del destino al entorno y a los segmentos de visitantes potenciales a nivel nacional e internacional.

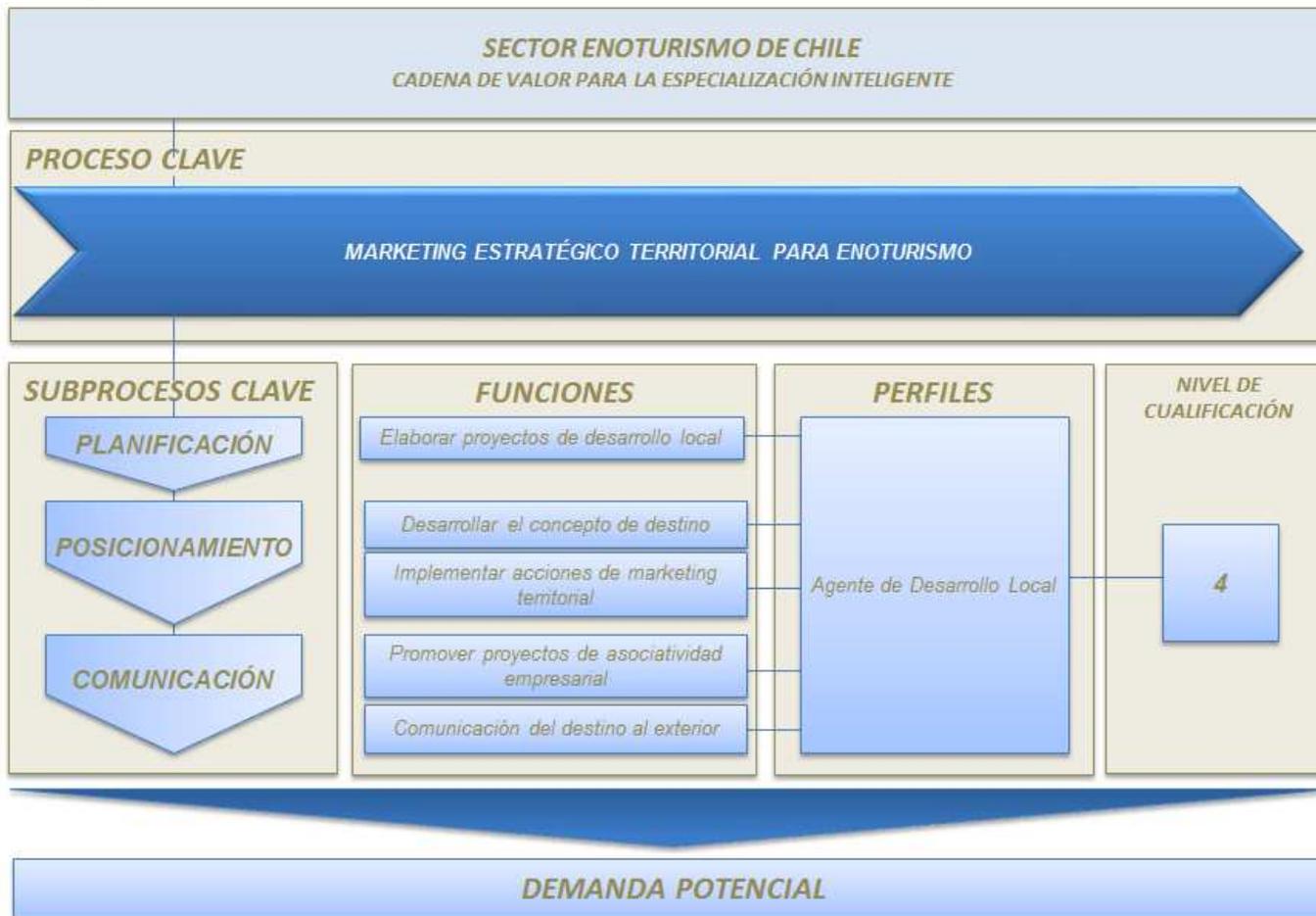
También se debe impulsar una comunicación interna entre las empresas, los agentes y la sociedad local para *articular una asociatividad* que permita y facilite la venta del destino en los segmentos del mercado turístico adecuados.

En este contexto, y atendiendo al diagnóstico elaborado de *Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacidades*, se observa la tendencia a considerar prioritarias las siguientes *funciones, perfiles profesionales y niveles de cualificación*, para cada uno de los subprocesos clave de *marketing estratégico territorial para el enoturismo*.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 4: Sector enoturismo de Chile. Funciones, perfiles y nivel de cualificación de los subprocesos de marketing estratégico territorial



Fuente: elaboración de Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.1.2/ CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO

El proceso clave de *contratación del viaje enoturístico* está integrado por los siguientes subprocesos.

Gráfico 5: Sector enoturismo de Chile. Subprocesos de contratación del viaje enoturístico



Fuente: elaboración de Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, el proceso de *diseño y contratación del viaje turístico* también se tiende a considerar clave para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo en la actualidad. Tal y como se ha observado en la etapa de diagnóstico, el enoturismo se está desarrollando en el Valle del Maipo sobre la base de la oferta de tours que cada bodega organiza a sus visitantes de manera individualizada.

Las bodegas tienden a organizarse para organizar internamente una adecuada recepción a los visitantes que llegan a ellas con interés de conocer sus instalaciones productivas, sus patrimonios vitivinícolas, sus vinos y los paisajes de sus viñedos.

Sin embargo, se tiende a considerar por parte de las empresas enoturísticas del valle que todavía existe una oportunidad de diseñar y estructurar una oferta innovadora organizada de manera coherente como un destino *“Enoturismo Valle del Maipo”*.

Para ello, se tiende a considerar necesario partir de la base de conseguir la asociatividad entre las viñas, y entre estas y las empresas de oferta complementaria, esencialmente las agencias de viaje y los tour operadores. También con los hoteles, los restaurantes y las empresas de servicios de entretenimiento, ocio, deportes y aventuras.

Los viñedos y agentes participantes en la etapa de diagnóstico, tienden a considerar que el objetivo de esta dinámica de asociatividad ha de consistir en *diseñar y gestionar nuevos productos y servicios turísticos* coherentes con el desarrollo de este concepto de destino “Enoturismo Valle del Maipo”,

Los viñedos que desarrollan líneas de negocio en el turismo del vino y las empresas de oferta complementaria como restaurantes y hoteles y empresas de servicios (excursiones, paseos a caballo, bicicletas, senderismo, bienestar y salud, ocio, y cultura, entre otros), tienden a considerar que resulta necesario abordar adecuadamente esta etapa inicial de definición del concepto de destino enoturístico adecuado para el Valle del Maipo, para posteriormente diseñar los productos y servicios turísticos coherentes con este concepto de destino, que permitan aprovechar las oportunidades de mercado generadas por este posicionamiento.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En este sentido, durante la etapa de diagnóstico se ha observado que las empresas del sector tienden 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 ha observado 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 ha percibido también 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.

En este sentido, también se ha observado 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.

Así, se ha observado 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 considerar 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.

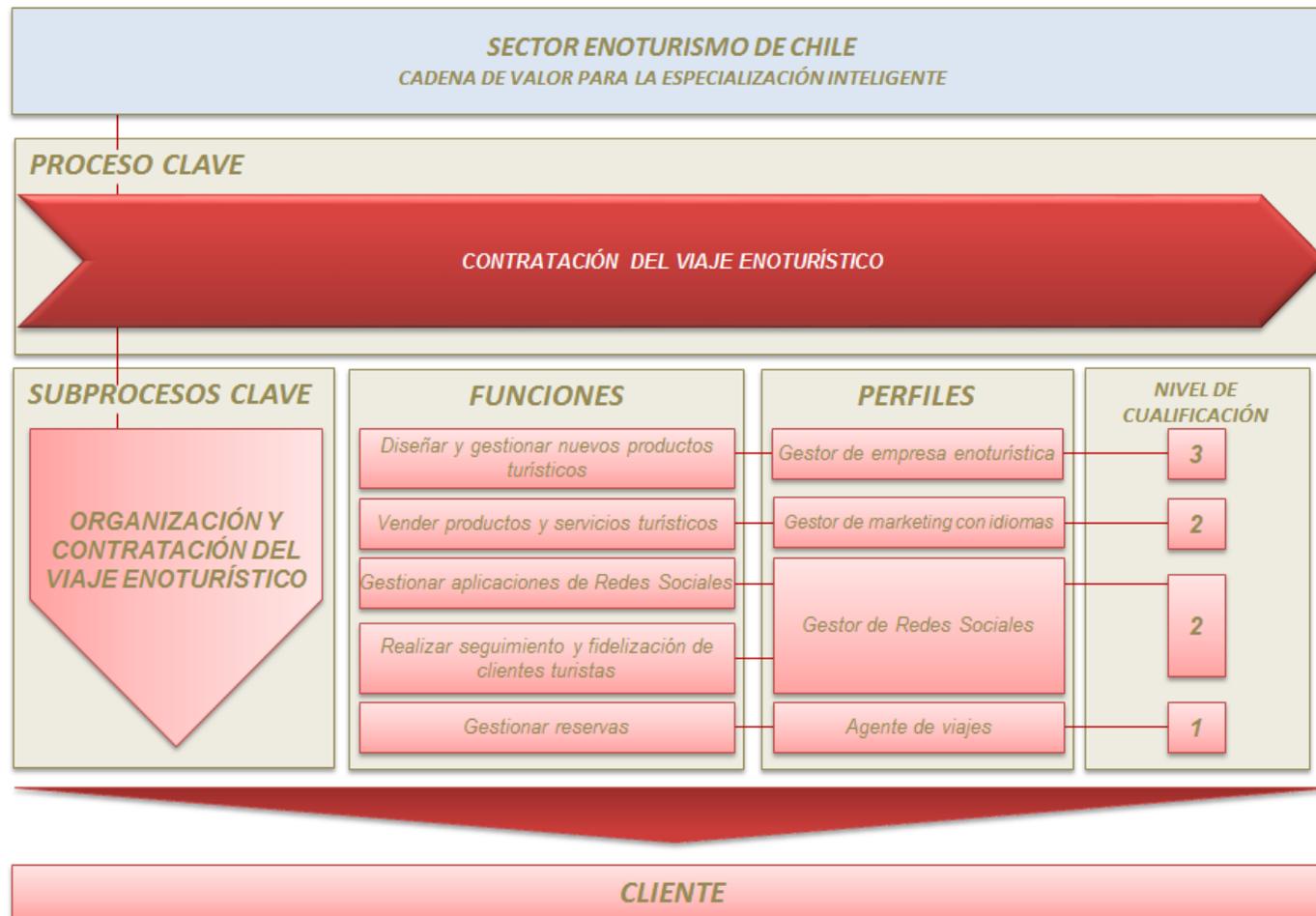
Así, se tiende a considerar que el capital humano que trabaja en el valle en el sector enoturístico, ha de desarrollar las competencias necesarias y adecuadas para diseñar estos nuevos productos y servicios de turismo del vino, poner en marcha las estrategias de venta de estos productos y servicios turísticos en el marco del contexto integrado de destino, vender por internet y concretar las reservas, y gestionar las relaciones públicas y la fidelización de los turistas de todas las partes del mundo mediante el uso y la gestión de las redes sociales y de las herramientas web.

En este contexto, se observa la tendencia a considerar prioritarias las siguientes *funciones, perfiles profesionales y niveles de cualificación*, para el subproceso clave de *contratación del viaje enoturístico*.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 6: Sector enoturismo de Chile. Funciones, perfiles y nivel de cualificación de los subprocesos de contratación del viaje enoturístico



Fuente: elaboración de Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.1.3/ VIAJE ENOTURÍSTICO

El proceso clave de *desarrollo del viaje de turismo del vino* está integrado por los siguientes subprocesos.

Gráfico 7: Sector enoturismo de Chile. Subprocesos de desarrollo del viaje de turismo del vino



Fuente: elaboración de Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El desarrollo de una experiencia satisfactoria para el turista durante el desarrollo completo del viaje, es la finalidad última de todos los procesos de la cadena de valor del enoturismo.

Así, se ha observado en la etapa de diagnóstico que el viaje enoturístico en el Valle del Maipo ha de ser diseñado y realizado de una manera coherente, integrada y con crecientes estándares de calidad en todos y cada uno de los subprocesos que lo integran.

Así, en primer lugar, se tiende a considerar que los *medios de transporte* utilizados desde que el viajero sale de su punto de origen hasta que llega al destino enoturístico, han de reunir las características adecuadas y han de ser gestionados de manera coordinada para maximizar la satisfacción del viajero y aprovechar al máximo su tiempo disponible para disfrutar de sus visitas enoturísticas.

El objetivo que los viñedos del valle tienden a demandar en este ámbito es que los medios de transporte de turistas lleguen hasta sus viñas con mucha más regularidad y frecuencia de lo que lo están haciendo en la actualidad.

Se tiende a observar que el transporte tiene la oportunidad de aportar a los turistas conocimiento, información y orientación sobre la experiencia de turismo que se dispone a vivir, y que en la actualidad no se está aportando este valor de contexto al visitante.

Los viñedos tienden a considerar que los tour operadores y los medios de transporte no se encuentran adecuadamente alineados con sus expectativas de atracción de turistas a sus instalaciones enoturísticas.

En este contexto, los viñedos tienden a expresar la expectativa de incrementar el gasto de los turistas en sus viñedos, para lo que tienden a considerar como una oportunidad de futuro el diseño adecuado de itinerarios personalizados dirigidos a atender los gustos de los visitantes relacionados con el mundo del vino, como visitas, tours, gastronomía y maridajes, alojamiento en entornos enoturísticos o excursiones de entretenimiento, salud y bienestar.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Pero se tiende a considerar que en la actualidad no existen unos itinerarios enoturísticos que satisfagan las expectativas de las bodegas, esencialmente las medianas y pequeñas, que se encuentran desarrollando sus líneas de negocio de turismo del vino.

Así, se tiende a considerar por parte de los viñedos, esencialmente los medianos y pequeños y aquellos que se encuentran más alejados de Santiago, que uno de sus retos estratégicos clave consiste en conseguir atraer más turistas a sus instalaciones enoturísticas durante todos los días de la semana.

Para ello, tienden a demandar el diseño de itinerarios en cooperación con otros viñedos y los medios de transporte, para incrementar los flujos de visitantes que alcanzan en la actualidad.

Una vez en el destino enoturístico, se ha observado en la etapa de diagnóstico que el visitante tiende a demandar el *alojamiento en hoteles* de categoría conocedores de la cultura del vino existente en el entorno.

También, que tiende a demandar *experiencias gastronómicas* basadas en el diseño de platos de media y alta cocina, elaborados sobre la base de recetas tradicionales con productos de temporada originales del entorno.

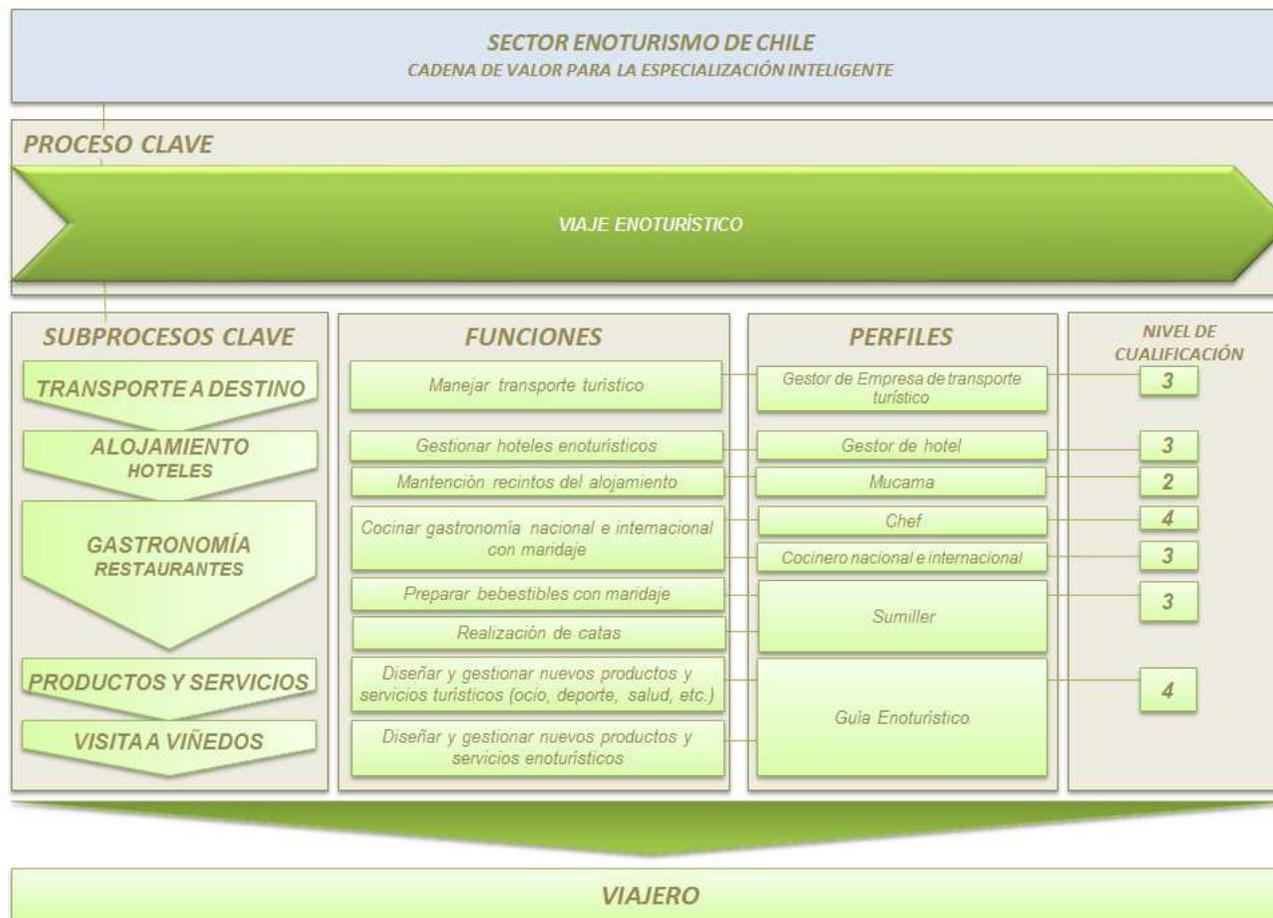
Así, se ha observado que el turista tiende a demandar una *experiencia* en la que tenga la oportunidad de probar diferentes vinos de la zona, no solo mediante catas en los tours organizados por los viñedos, sino también disfrutando de los maridajes entre vinos locales y gastronomía que los hoteles y restaurantes les ofrecen.

En este contexto, y atendiendo al diagnóstico elaborado de *Mapa de Ocupaciones*, *Mapa de Competencias* y *Mapa de Capacidades*, se observa la tendencia a considerar prioritarias las siguientes *funciones*, *perfiles profesionales* y *niveles de cualificación*, para cada uno de los subprocesos clave de *desarrollo del viaje de turismo del vino*.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Gráfico 8: Sector enoturismo de Chile. Funciones, perfiles y nivel de cualificación de los subprocesos de desarrollo del viaje de turismo del vino



Fuente: elaboración de Infyde

2.2/ PERFILES OCUPACIONALES DEMANDADOS POR EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Los *Perfiles Ocupacionales* identificados en este proyecto reflejan las demandas de capital humano de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo.

Estos perfiles ocupacionales han sido identificados en el Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacidades.

Son perfiles ocupacionales demandados por las empresas del sector para abordar sus necesidades de capital humano no solamente en el corto plazo, sino también en el mediano y largo plazo.

Estas demandas de capital humano vienen determinadas por las necesidades de las empresas del sector de afrontar los retos competitivos que el mercado del turismo les plantea en la actualidad.

Así, los perfiles ocupacionales identificados son un instrumento para orientar el diseño de los itinerarios formativos más adecuados para cualificar a un capital humano que contribuya a impulsar la evolución competitiva de las empresas del sector.

Las empresas del sector enoturístico del Valle del Maipo tienden a demandar capital humano residente en el entorno del propio valle. Se están encontrando en la actualidad, tal y como se ha observado durante la etapa de diagnóstico de este proyecto, con dificultades para encontrar profesionales con la cualificación adecuada que quieran trabajar en los negocios enoturísticos en el valle.

El trabajo turístico en los viñedos no resulta suficientemente rentable para trabajadores residentes en Santiago capital. Por ello, las empresas del sector tienden a demandar la contratación de profesionales residentes en las comunas integrantes del valle.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Sin embargo, se observa una brecha entre las demandas de profesionales con competencias adecuadas (idiomas, habilidades blandas, conocimientos de vino y del negocio del sector turístico) que manifiestan las empresas, y el perfil de competencias que presentan en la actualidad los trabajadores residentes en el valle.

Por ello, el diseño de unos perfiles ocupacionales ajustados a las necesidades del sector, es una tarea clave para *orientar los contenidos de unos itinerarios formativos que permitan al capital humano local formarse adecuadamente para trabajar en las empresas de futuro en el valle.*

Por todo ello, las empresas tienden a observar necesario que, tanto los perfiles ocupacionales como los itinerarios formativos que se pongan a su disposición, estén ajustados a los niveles de cualificación que presenta el capital humano del valle en la actualidad.

De esta forma, *los itinerarios formativos para estos perfiles ocupacionales contribuirán no solamente a favorecer el desarrollo competitivo de las empresas enoturísticas de la comarca, sino también a formar al capital humano residente en el valle y a incrementar su nivel de cualificación.*

En síntesis, *estos perfiles ocupacionales tienen una utilidad socio económica*, orientada a:

- Formar y cualificar en profesiones de futuro a trabajadores residentes en el Valle del Maipo.
- Ayudar a las empresas enoturísticas a impulsar su evolución competitiva en el mercado global.
- Orientar los itinerarios formativos para formar a trabajadores residentes en el valle, y capacitar a profesionales potencialmente demandados por el enoturismo de la comarca.
- Reducir las brechas entre el nivel de cualificación de los profesionales locales que quieren trabajar en el valle, y las empresas enoturísticas que quieren evolucionar competitivamente en el mercado global.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En este contexto, se presentan a continuación los perfiles ocupacionales que las empresas de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo tienden a demandar, y los niveles de cualificación exigible a cada uno de los perfiles.

CADENA DE VALOR		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	PLANIFICACIÓN	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
	POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN			
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	MEJORA EN LA GESTIÓN / INNOVACIÓN
		GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		GESTOR DE REDES SOCIALES	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		AGENTE DE VIAJES	1	INTERNACIONALIZACIÓN
VIAJE ENOTURÍSTICO	TRANSPORTE A DESTINO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	3	MEJORA DE LA CALIDAD
	ALOJAMIENTO	GESTOR DE HOTEL	3	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		MUCAMA	2	MEJORA DE LA CALIDAD
	GASTRONOMÍA	CHEF	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	3	MEJORA DE LA CALIDAD
		SUMILLER	3	MEJORA DE LA CALIDAD
PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN	
VISITA A VIÑEDOS				

Fuente: elaborado por infyde

A continuación, se presentan las *Fichas de Perfil Ocupacional* de las ocupaciones identificadas en el contexto competitivo del sector enoturístico del Valle del Maipo en la actualidad.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.1/ AGENTE DE DESARROLLO LOCAL

El perfil ocupacional de *Agente de Desarrollo Local* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora².

El nombre del perfil establecido por ChileValora es el de Gestor (a) de Desarrollo Económico Local. En la ficha de este perfil, ChileValora describe las siguientes *Unidades de Competencia* para un Agente de Desarrollo Local:

- Administrar el presupuesto del área productiva.
- Administrar programas y proyectos productivos.
- Articular y manejar redes en la comuna.
- Asesorar el desarrollo de emprendimientos en la comuna.
- Diagnosticar las potencialidades y oportunidades de desarrollo económico de la comuna.
- Formular programas y proyectos de desarrollo económico local.
- Gestionar equipo de trabajo del área productiva y municipal.
- Gestionar estrategia de desarrollo económico local.

La base de este perfil validado por ChileValora establece las competencias y los conocimientos que ha de tener un técnico dedicado a diseñar, poner en marcha y desarrollar proyectos de desarrollo económico a nivel local.

Los viñedos tienden a considerar que las actividades de cooperación y asociatividad entre viñas han de estar organizadas, puestas en marcha y desarrolladas por parte de las municipalidades.

²<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1004/idSector/32/idSubsector/144>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Así, estos viñedos tienden a considerar que las municipalidades tienen un papel estratégico para promover y liderar la asociatividad entre los viñedos que hacen turismo del vino.

Tienden a demandar profesionales del desarrollo económico local, capaces de trabajar con los viñedos tanto de manera individualizada como a nivel de sector.

Los viñedos consideran que el desarrollo económico local tiene el potencial de contribuir a introducir la innovación en las empresas, organizando actividades de formación para los trabajadores locales, eventos y talleres en el ámbito de tecnologías y conocimientos clave para el turismo, y prestando asesoramiento especializado a los negocios locales de turismo del vino.

También que permite promover el emprendizaje del capital humano local en ámbitos de negocio relacionados con el turismo, como servicios de entretenimiento, de ocio y de bienestar, artesanías, o TICs, entre otros.

Adicionalmente, los viñedos tienden a considerar que las municipalidades tienen un papel de liderazgo estratégico para conseguir las infraestructuras habilitantes que contribuyan a impulsar el turismo en el valle, creando un concepto creativo de destino.

Y también que han de ejercer un rol de promotor de la asociatividad entre viñedos locales para aprovechar las oportunidades generadas por el Valle del Maipo como destino de turismo del vino, y la difusión de estas oportunidades en la sociedad local, como el capital humano con necesidades de cualificación y empleo, y los negocios de oferta complementaria como restaurantes y hoteles.

En este contexto, las características específicas que se presentan a continuación de un Agente de Desarrollo Local de un territorio vitivinícola, tienen el objetivo de ser complementarias a las establecidas en el perfil de Gestor (a) de Desarrollo Económico Local de Chilevalora.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	
	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	4
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA ENOTURISMO
SUBPROCESOS	PLANIFICACIÓN POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
FUNCIONES	Elaborar proyectos de desarrollo local Desarrollar el concepto de destino Implementar acciones de marketing territorial Promover proyectos de asociatividad empresarial Comunicación del destino al exterior
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Estudiar el impacto del ordenamiento territorial al desarrollo socio económico local	Estudios de impacto socio económico Tendencias internacionales del Enoturismo Desarrollo de infraestructuras habilitantes para el Enoturismo
Diseñar e implementar Programas de Apoyo al Enoturismo	Programas de Innovación Enoturística Programas de Formación Enoturística Programas de Difusión de Tecnologías para el enoturismo Programas de Asesoramiento Empresarial Programas de Emprendizaje en el enoturismo
Promover la Asociatividad entre los viñedos para el enoturismo	Plan de Asociatividad para el Enoturismo Marketing Territorial
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Elaboración de Estudios socio económicos	Técnicas de Negociación
Planificación y ordenamiento territorial para el desarrollo socio económico	Trabajo en Equipo Liderazgo
Diseño y gestión de Programas y Planes de Desarrollo Económico Local	Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación
Inglés	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.2/ GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA

El perfil ocupacional de *Gestor de Empresa Enoturística* no se encuentra en la actualidad específicamente reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora.

Sin embargo, ChileValora si ha definido un perfil ocupacional de Gestor MYPE, cuyas unidades de competencia son las siguientes:

- Dirigir e implementar la estrategia de negocio de la empresa.
- Administrar los procesos de negocio de la empresa.
- Gestionar eficazmente los procesos operativos de la empresa.

La base de este perfil ocupacional reconocido y validado por ChileValora, identifica las competencias que ha de tener un Gestor de MYPE, independientemente del sector de actividad de la empresa.

Estas competencias descritas en este perfil de ChileValora han de ser completadas para identificar las competencias y conocimientos especializados que ha de tener un gestor de una empresa enoturística.

Los viñedos grandes están desarrollan su actividad de turismo del vino con personal propio específicamente dedicado a esta línea de negocio. Tal y como se ha observado durante la etapa de diagnóstico, los grandes viñedos han reorientado y desarrollado sus estrategias de enoturismo, contratando capital humano especializado con competencias y conocimiento en el mercado del turismo.

Estas grandes empresas contratan gestores empresariales con amplia experiencia en el sector turismo y conocimientos generales sobre el mundo del vino que se van a ampliando durante el desarrollo de su ejercicio profesional en el seno de la bodega.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, los viñedos medianos y pequeños tienden a integrar las funciones de gestión de la línea de negocio enoturística con las de relaciones públicas y comercialización que realiza la bodega para la venta de vino. Por ello, tienden a considerar de menor prioridad en la actualidad la potencial contratación de gestores empresariales especialistas en turismo.

Sin embargo, las matrices bodegueras de estas líneas de negocio enoturística de mediano y pequeño tamaño, tienden a exigir de manera creciente estrategias de rentabilización de sus actividades de turismo del vino, incluyendo planes de gestión con indicadores.

En la actualidad esta línea de negocio representa una parte muy pequeña de la facturación total de la bodega, pero se tiende a exigir al capital humano competencias de gestión que permitan el incremento de los ingresos y de los beneficios por este concepto en el futuro, esencialmente para no perder posición competitiva en este ámbito con los viñedos competidores no solo del Valle del Maipo, sino también de otros valles chilenos, dado que el enoturismo se está revelando como una estrategia de imagen y comercial rentable para las bodegas en el mercado internacional.

En este contexto, los viñedos en general tienden a demandar capital humano con capacidades de realizar y desarrollar estrategias y planes de gestión empresarial. Se tiende a considerar que el conocimiento del vino puede ser adquirido de manera interna en la bodega, pero que los conocimientos y experiencia sobre el mercado del turismo no.

Por ello, tienden a demandar gestores empresariales con conocimiento en turismo, que tengan una base de orientación al aprendizaje adecuada que les facilite incorporar conocimientos sobre la cultura del vino y la producción vitivinícola.

A continuación, se describen las características que ha de tener este perfil específico de Gestor de Empresa Enoturística.

Las características específicas que se presentan a continuación, tienen el objetivo de ser complementarias a las establecidas en el perfil de Gestor MYPE de Chilevalora.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO		
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA		NIVEL DE CUALIFICACIÓN
		3
SECTOR	ENOTURISMO	
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA INNOVACIÓN	
FUNCIONES	Diseñar y gestionar nuevos productos turísticos	
UNIDADES DE COMPETENCIA		
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE	
Diseñar una Estrategia para la línea de negocio de turismo del vino	Diseño de Estrategia Empresarial	
Diseñar nuevos productos y servicios enoturísticos innovadores	Creatividad y diseño de productos y servicios turísticos	
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la línea de negocio de turismo del vino	Diseño de Planes de Gestión Implantación de Planes de Gestión	
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad de la línea de negocio enoturística	Seguimiento de Planes de Gestión	
CONOCIMIENTOS NECESARIOS		
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES	
Gestión de negocios turísticos	Técnicas de Negociación Trabajo en Equipo Liderazgo Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación	
Cultura del vino		
Gestión de productos y servicios turísticos		
Gestión de Procesos en empresas de servicios		
Marketing de servicios		
Marketing digital		
TICs aplicadas al turismo		
Organización de empresas de servicios		
Inglés		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.3/ GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS

El perfil ocupacional de *Gestor de Marketing con idiomas* no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora.

El Gestor de Marketing con idiomas para el enoturismo es un perfil que las empresas del sector tienden a demandar.

El reto que las empresas enoturísticas afrontan en materia de marketing consiste en desarrollar competencias y conocimiento del mercado del turismo. Las bodegas provienen del sector de la producción del vino, y en los últimos años han puesto en el mercado servicios para recibir a visitantes que tienen interés por conocer sus procesos de producción y los paisajes de sus viñedos.

En este contexto, las empresas del sector afrontan el reto de diseñar estrategias inteligentes de segmentación de mercados internacionales para saber cuáles son los turistas de cualquier parte del mundo que tienen el potencial interés de conocer sus vinos y visitar sus viñedos. También tienden a demandar capital humano capaz de identificar y desarrollar los canales de venta en el mercado del turismo que les permitan llegar a los segmentos de mercado internacional que les pueden dar alta rentabilidad en el futuro.

Por el momento, el objetivo final para estas empresas en la actualidad sigue siendo vender vino. Por ello, muchos de los tours enoturísticos finalizan en una pequeña tienda donde los visitantes tienen la oportunidad de comprar los vinos de la casa. De cara a futuro, el objetivo tiende a consistir en desarrollar competencias y conocimiento para operar en el mercado globalizado del turismo, como pueden ser el manejo de tripadvisor y de blogs especializados, el desarrollo de estrategias de marketing turístico, los idiomas de mercados clave, las historias locales y las redes sociales.

En la actualidad, ChileValora tiene validado el perfil ocupacional de Vendedor de Vino de Mercado Interno, cuyas unidades de competencias son las siguientes:

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

- Realizar actividades de promoción y venta de vinos en mercado interno según procedimientos de trabajo y normativa legal.
- Coordinar distribución de vinos en mercado interno según requerimientos del cliente y procedimientos de trabajo.

Este perfil se centra de manera específica en las competencias para la venta de vino, que es una de las finalidades en la actualidad de las bodegas que están abriéndose al mercado del turismo del vino. Por ello, sus contenidos sirven de base para el perfil de Gestor de Marketing con idiomas, cuyas características específicas que se presentan a continuación persiguen ser complementarias.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	
	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	2
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	Vender productos y servicios turísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Planes de Marketing Estratégico	Estudio de las tendencias del mercado enoturístico internacional Diagnostico de la situación del mercado enoturístico internacional Diseño de líneas Estratégicas de Acción de mercado
Diseñar Acciones de Marketing Mix	Implantación de acciones de desarrollo de producto turístico Implantación de una política de precios Implantación de acciones de venta por los canales de comercialización Implantación de acciones de publicidad y comunicación
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Marketing Estratégico	Trabajo en Equipo Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación
Marketing Mix	
Inglés	
Portugués	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.4/ GESTOR DE REDES SOCIALES

El perfil ocupacional de *Gestor de Redes Sociales* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora, con el nombre de “*Community Manager (TIC-CM)*”³.

ChileValora describe las siguientes *Unidades de Competencia* para un Community Manager (TIC-CM):

- Publicar el contenido de la información de acuerdo a las indicaciones del cliente.
- Diseñar una propuesta gráfica de publicación de acuerdo a indicaciones del cliente.
- Administrar el marketing digital de acuerdo a la línea editorial del cliente.
- Gestionar redes sociales de acuerdo a las herramientas definidas para el cliente.

Las empresas que operan en la actualidad en el mercado del turismo del vino en el Valle del Maipo, tienden a demandar una profesionalización de la actividad comercial y de internacionalización específica para el sector turismo. Por ello, demandan técnicos que sean capaces de saber cómo se vende un producto turístico a través de sus canales de comercialización nacional e internacional específicos.

Las empresas tienden a demandar “*que los comerciales no digan lo que quieran sino lo que tenga sentido*”. Por ello, se tiende a demandar capital humano con conocimiento de gestión de las redes sociales, que es uno de los canales de comercialización e internacionalización estratégicos en el mercado del turismo, que esté especializado en el sector turismo.

³<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1876/idSector/40/idSubsector/181>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Es decir, gestores de redes sociales con conocimiento del mercado turístico, que no solamente sean capaces de gestionar una cuenta de Facebook, sino que tengan el conocimiento para diseñar una estrategia de posicionamiento de la empresa enoturística a nivel internacional y para desarrollar las herramientas de redes sociales y de aplicaciones de software adecuadas para poner en marcha y desarrollar dicha estrategia en el mercado específico del turismo globalizado.

En este sentido, ChileValora ha reconocido y validado otro perfil que también tiene el potencial de ser complementario con el perfil de Gestor de Redes Sociales que las empresas de enoturismo tienden a demandar. Se trata del denominado perfil de “*Gestor de Contenidos Web (TIC-GCWEB)*”⁴, que describe las siguientes Unidades de Competencia:

- Publicar el contenido de la información de acuerdo a las indicaciones del cliente.
- Diseñar una propuesta gráfica de publicación de acuerdo a indicaciones del cliente.
- Administrar el marketing digital de acuerdo a la línea editorial del cliente.
- Redactar artículos de interés de acuerdo a las necesidades del cliente.

Las empresas que operan en el sector del turismo del vino tienden a necesitar la incorporación a sus actividades de negocio de parte de los conocimientos y competencias que se recogen en los perfiles de *Community Manager (TIC-CM)* y de *Gestor de Contenidos Web (TIC-GCWEB)* de ChileValora. Sin embargo, tienen en la actualidad unos recursos limitados para la inversión. No disponen de recursos para la contratación de una persona Community Manager y otra diferente Gestor de Contenidos Web.

Por ello, se encuentran obligadas a perseguir la productividad, y tienden a demandar un perfil ocupacional con capacidades para estar especializado tanto en la gestión de herramientas tecnológicas como en la venta de servicios turísticos en el mercado global del turismo.

⁴<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1877/idSector/40/idSubsector/181>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El perfil ocupacional de Gestor de Redes Sociales para el enoturismo que se presenta a continuación, tiene el objetivo de ser complementario con los perfiles relacionados validados por Chilevalora, buscando orientar una especialización en el uso y aplicación de tecnologías aplicadas al turismo.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE REDES SOCIALES	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	Gestionar aplicaciones de Redes Sociales Realizar seguimiento y fidelización de clientes turistas
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Redes Sociales para servicios enoturísticos	Estudio de los canales de comunicación de internet para la venta de productos y servicios enoturísticos Diagnostico de la situación del mercado de servicios enoturísticos Elaboración de informes sobre las características de los productos y servicios enoturísticos a nivel internacional
Captar clientes para negocios enoturísticos	Conocimiento de las tendencias de las demandas de los turistas del vino Conocimiento de las tendencias de los canales de compra de los turistas del vino Elaboración e implementación de acciones de venta de los productos y servicios enoturísticos a través de las herramientas de internet
Evaluar la satisfacción de los clientes durante todo el proceso del viaje enoturístico	Gestión de la web de la empresa enoturística Seguimiento y fidelización del turista después de haber realizado la visita a los viñedos
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Venta de servicios turísticos por internet	Trabajo en Equipo Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación
Gestión de Redes Sociales	
Inglés	
Portugués	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.5/ AGENTE DE VIAJES

El perfil ocupacional de *Agente de Viajes* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora⁵.

Sus unidades de competencia son las siguientes:

- Auto gestionar el servicio al cliente, según los protocolos y procedimientos de la empresa.
- Asesorar y orientar para la promoción y comercialización de productos turísticos, según protocolos de la empresa y normativa legal vigente.
- Procesar reservas y documentación de viaje , según procedimientos, protocolos de la empresa y normativa legal vigente nacional e internacional.
- Emitir voucher y ejecutar post venta, según procedimientos, protocolos de la empresa y normativa legal vigente.

Las empresas enoturísticas del Valle del Maipo tienden a presentar un conocimiento y un nivel de cooperación medio con las agencias de viajes y los tour operadores. En la actualidad, tienden a demandar un mayor conocimiento sobre los mecanismos de funcionamiento de la tour operación y de la intermediación para la venta de productos y servicios turísticos.

Las agencias de viajes y tour operadores que operan con los viñedos se encuentran ubicados fuera del valle, esencialmente en Santiago. Como se ha observado durante la etapa de diagnóstico de este proyecto, los tour operadores en la actualidad tienden a considerar que la oferta de turismo del vino del Valle del Maipo es poco variada. Tienden a opinar que *“todas las viñas ofrecen el mismo producto turístico, sin diferenciación entre sus tours, ni una oferta innovadora de productos de turismo del vino”*.

⁵<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1138/idSector/39/idSubsector/167>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se ha observado la necesidad de diferenciar la oferta de servicios turísticos del vino de las diferentes bodegas. En realidad, los tour operadores entrevistados tienden a percibir que basta con visitar una bodega 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. Se percibe que existe una gran variedad y diversidad enoturística en el valle y que existe la oportunidad de revelarla y de ponerla en valor, pero los viñedos no se encuentran avanzando en esta dirección en cooperación con los tour operadores para diseñar ofertas diferenciadas.

Esta situación tiende a generar una brecha entre los intereses de negocio de las agencias de viaje y de los tour operadores, y los viñedos del valle. Así, las agencias de viaje y tour operadores venden paquetes turísticos al Valle del Maipo, en los que se incluye una visita a una única bodega, continuando el itinerario fuera del valle para completar en otros territorios la experiencia del turista con almuerzos y compras. Normalmente, estos tour operadores tienden a incluir en sus paquetes visitas a alguno de los viñedos más grandes del valle que tienen las instalaciones mejor preparadas para acoger visitantes, y que se encuentren más cerca de Santiago.

Por su parte, los viñedos del valle, esencialmente los medianos y pequeños, tienden a no encontrar relaciones satisfactorias con los tour operadores. Tienden a no comprender el negocio de la tour operación, ni a conocer las claves de diseño de productos y servicios turísticos innovadores que destaquen como una oferta potencialmente atractiva para el negocio de los intermediarios agencias de viaje y tour operadores.

Adicionalmente, los viñedos, esencialmente los medianos y pequeños, no encuentran agencias de viaje en el propio valle que trabaje prioritariamente con sus productos de turismo del vino y se dediquen de manera especializada a venderlos a nivel nacional e internacional.

Finalmente, la capacidad de los propios viñedos de contar en sus plantillas con vendedores especialistas en el mercado turístico es limitada, por lo que sus canales de venta prioritarios son los intermediarios e internet. A través de los intermediarios, esencialmente los tour operadores de Santiago, los viñedos encuentran un canal para acceder a los visitantes que se acercan a la Región Metropolitana.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

La cualificación de agentes de viajes tiene el potencial de estar dirigida a capital humano residente en el propio Valle del Maipo que tenga interés en emprender negocios locales de intermediación, comercialización e internacionalización en el sector turismo en cooperación con los viñedos.

Por su parte, a través de internet los viñedos tienen la oportunidad de conectar directamente con sus visitantes potenciales en cualquier parte del mundo. El personal necesario para realizar esta labor internamente en los viñedos son los Técnicos de Redes Sociales.

El perfil ocupacional de Agente de Viajes para el enoturismo que se presenta a continuación, tiene el objetivo de ser complementario con el perfil relacionado validado por Chilevalora, buscando orientar una especialización para capacitar a capital humano local que emprenda y desarrolle esta actividad residiendo en el propio valle en el futuro.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
AGENTE DE VIAJES	
	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	1
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	Gestionar reservas
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar paquetes de productos y servicios enoturísticos	Establecimiento de relaciones de cooperación con las empresas de turismo del vino Diseño de paquetes enoturísticos Organización de viajes enoturísticos
Comercializar productos y servicios enoturísticos	Concreción de reservas de viajes enoturísticos
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión de ventas de productos y servicios enoturísticos	Técnicas de Negociación Comunicación
Gestión de reservas	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.6/ GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO

El perfil ocupacional de *Gestor de Empresa de Transporte Turístico* no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito como tal en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora. Sin embargo, si se encuentra validado un perfil relacionado y complementario como es el de Conductor de Transporte Turístico⁶, cuyas unidades de competencia son las siguientes:

- Auto gestionar el servicio al cliente, según los protocolos y procedimientos de la empresa.
- Conducir vehículos motorizados, según leyes del tránsito y protocolos y procedimientos de la empresa.
- Verificar el estado de vehículos motorizados, según leyes del tránsito y protocolos y procedimientos de la empresa.
- Atender y asistir al pasajero, según protocolos y procedimientos de la empresa.

Los viñedos del Valle del Maipo tienden a considerar que los conductores de transporte turístico son un servicio que debe estar incluido en la oferta de las agencias de viaje y los tour operadores a los turistas.

De hecho, los viñedos tienden a considerar que los servicios que ellos han de prestar se limitan a la visita por sus instalaciones incluida en el precio de sus tours. Estos tours incluyen la recepción de los visitantes una vez han llegado a la taquilla donde adquieren el ticket para la realización del tour.

Los viñedos no tienden a conocer ni a tener información sobre los otros servicios que los tour operadores ofrecen a los turistas durante el viaje y su desplazamiento hasta la bodega.

⁶<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1004/idSector/32/idSubsector/144>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Por ello, tienden a considerar que el servicio esencial de valor añadido que se presta es el de la propia visita a la bodega.

Durante la etapa de diagnóstico no se ha observado entre los viñedos una tendencia a mostrar un interés estratégico por integrar sus líneas de negocio de turismo del vino con otros servicios clave de la cadena de valor para hacer llegar al visitante hasta la bodega, como pueden ser los servicios de transporte.

En este contexto, se ha observado la oportunidad de capacitar a capital humano local para desarrollar la profesión de conductor de transporte turístico en el valle, como un perfil capaz de gestionar un negocio de transporte turístico, y no solamente con habilidades para manejar un auto.

Se persigue dotar a estos profesionales con competencias para, además de manejar autos turísticos, establecer relaciones de negocios con agencias de viajes y tour operadores nacionales e internacionales, y diseñar y vender itinerarios en el entorno local que resulten variados, innovadores y atractivos para los turistas del vino de diversas partes del mundo.

Para ello, los conductores de transporte turístico del valle habrán de tener competencias para diseñar itinerarios, transmitir historias locales, compartir información y conocimiento sobre la cultura del vino, conectar con los tour operadores y con los turistas finales, y saber idiomas.

El desarrollo de un perfil de estas características se tiende a observar como esencial para contribuir al incremento de la productividad (% de Ventas UF/Trabajadores dependientes) del sector turismo en el Valle del Maipo, que tal y como se observó en la etapa de diagnóstico presenta una tendencia intensamente decreciente en los últimos años.

En este contexto de fuerte decrecimiento de la productividad del turismo, la capacitación de perfiles preparados para aportar un mayor valor añadido a la cadena de valor resulta estratégico para el sector en la comarca.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

De esta forma, el perfil ocupacional de Gestor de Empresa de Transporte Turístico para el enoturismo que se presenta en la siguiente ficha, toma como punto de partida el perfil ya validado por ChileValora de Conductor de Transporte Turístico, para incorporar nuevas competencias y conocimientos complementarios que aporten un mayor valor añadido y contribuyan a incrementar la productividad del sector en el ámbito local.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	2
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	TRANSPORTE A DESTINO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	Manejar transporte turístico
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de negocios de transporte turístico	Diseño de Estrategia Empresarial Establecimiento de relaciones comerciales con viñedos, agencias de viajes y tour operadores
Diseñar itinerarios enoturísticos	Participación en el diseño de itinerarios enoturísticos en cooperación con viñedos, agencias de viaje y tour operadores Realización de itinerarios enoturísticos
Conducir vehículos de uso turístico	Conducción de autos motorizados
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión de negocios de transporte turístico	Liderazgo Técnicas de Negociación Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación
Cultura del vino	
Licencia de conducir	
Inglés	
Portugués	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.7/ GESTOR DE HOTEL

El perfil ocupacional de *Gestor de Hotel* no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora.

Tal y como se ha observado durante la etapa de diagnóstico de este proyecto, 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 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 gestores de hoteles con competencias para *mejorar la calidad* de los servicios de alojamiento en el entorno local, y progresar en la *profesionalización de la gestión* de los moteles, hoteles y alojamientos existentes.

De esta forma, el perfil ocupacional de Gestor de Hotel que se presenta en la siguiente ficha, persigue definir estas competencias y conocimientos.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE HOTEL	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ALOJAMIENTO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	Gestionar hoteles enoturísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Gestión Hotelera	Diseño de Estrategia Empresarial
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión Hotelera	Diseño de Planes de Gestión Implantación de Planes de gestión
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad del hotel	Seguimiento de Planes de Gestión
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión hotelera	Técnicas de Negociación Trabajo en Equipo Liderazgo Iniciativa y aprendizaje permanente Comunicación
Cultura del vino	
Gestión de reservas de alojamiento	
TICs aplicadas a la hotelería	
Marketing digital para hotelería	
Sistemas de gestión de la mejora de la calidad total	
Inglés	
Portugués	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.8/ MUCAMA

El perfil ocupacional de *Mucama* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora⁷.

Sus unidades de competencia son las siguientes:

- Auto gestionar el servicio al cliente, según los protocolos y procedimientos de la empresa.
- Asear, ordenar y acomodar habitaciones y baños, según protocolos y procedimientos de la empresa y normativa legal vigente.
- Asear y ordenar cocina, según protocolos y procedimientos de la empresa y normativa legal vigente.

Las empresas de oferta complementaria al enoturismo entrevistadas durante la etapa de diagnóstico tienden a demandar competencias en el capital humano responsable de la mantención de los alojamientos turísticos relacionadas con habilidades blandas para interactuar con los turistas alojados, y técnicas de organización del trabajo y de tratamiento de los equipamientos de las habitaciones, como doblados de toallas, y métodos de hacer las camas, entre otros.

Así, el perfil ocupacional que se presenta a continuación, resulta muy similar al levantado y validado por ChileValora, aunque incorpora algunas características específicas que las empresas del sector del turismo del vino en el valle considera como claves de cara al futuro entre los profesionales del sector.

⁷<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1136/idSector/39/idSubsector/166>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
MUCAMA	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ALOJAMIENTO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	Mantenión de recintos del alojamiento
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Asear, ordenar y acomodar habitaciones y baños	Atención al aseo y ordenación de habitaciones e instalaciones comunes
Asear y ordenar cocina	
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Técnicas de organización del trabajo para asear y ordenar de manera productiva	Técnicas de Negociación Resolución de conflictos Comunicación Calidad de servicio
Métodos de aseo y organización (doblado de toallas, aseo de instalaciones y habitaciones, gestión de productos de limpieza y aseo, etc.)	
Atención al cliente	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.9/ CHEF

El perfil ocupacional de *Chef* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora⁸.

El perfil ocupacional validado por ChileValora se denomina *Chef Ejecutivo*. Sus unidades de competencia son las siguientes:

- Administrar recursos humanos, financieros y materiales asociados a la producción gastronómica.
- Gestionar la aplicación de sistemas de trazabilidad interna del servicio y de las materias primas e insumos.
- Aplicar técnicas culinarias a materias primas e insumos requeridos para la producción.
- Aplicar técnicas de montaje de platos, buffet y líneas de servicio.
- Dominar maquinaria y nuevas tecnologías de cocina.
- Mantener uniforme y presentación personal, de acuerdo a los estándares establecidos por el sector productivo.
- Aplicar normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina.

Tal y como se ha observado en la etapa de diagnóstico de este proyecto, 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 sobre el restaurante del negocio enoturístico). También cocineros de comida tradicional y cocineros innovadores capaces de hacer show-cooking.

⁸<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/643/idSector/39/idSubsector/165>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Un chef se diferencia de un cocinero en que es un profesional capaz de diseñar nuevos conceptos de gastronomía integrando conocimientos de diversas culturas gastronómicas.

También es capaz de diseñar experiencias de maridaje entre las recetas innovadoras diseñadas y los vinos locales.

Adicionalmente, tienen la experiencia y el conocimiento para gestionar de manera integrada la diversa oferta de gastronomía y experiencia vinícola que se ofrece a los visitantes en las diferentes instalaciones del negocio enoturístico, como el wine bar, el centro de eventos, la sala de catas, el hotel, e incluso la tienda.

El perfil ocupacional que se presenta a continuación persigue describir las competencias y conocimientos que ha de desarrollar un Chef de un negocio gastronómico relacionado con el turismo del vino, que son complementarias con las establecidas en el perfil de Chef Ejecutivo de ChileValora.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
CHEF	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
4	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	Diseñar y gestionar productos gastronómicos de ámbito local, nacional e internacional con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Gestión de la oferta gastronómica de las instalaciones enoturísticas	Diseño de Estrategia Empresarial
Diseñar nuevos conceptos gastronómicos para negocios enoturísticos	Diseño de procesos culinarios de show-cooking Colaboración con sumillers para el diseño de experiencias de cata y maridaje
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la actividad gastronómica del negocio enoturístico	Diseño de Planes de Gestión Implantación de Planes de Gestión
Organizar la actividad de la cocina	Diseño de menús Organización de los procesos de cocinado
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gastronomía	Trabajo en Equipo
Gestión de negocios gastronómicos	Liderazgo
Cultura del vino	Resolución de conflictos
	Comunicación
	Calidad de servicio
	Atención al cliente

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.10/ COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL

El perfil ocupacional de *Cocinero Nacional e Internacional* se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora⁹.

El perfil ocupacional validado por ChileValora se denomina *Maestro de Cocina*. Sus unidades de competencia son las siguientes:

- Almacenar materias primas procesadas y sin procesar.
- Limpiar alimentos y realizar mise en place para la producción gastronómica.
- Aplicar métodos de cocción a diferentes alimentos.
- Aplicar las fichas técnicas de producción gastronómica.
- Mantener uniforme y presentación personal, de acuerdo a los estándares establecidos por el sector productivo.
- Aplicar normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina.

Tal y como se ha observado en la etapa de diagnóstico, los viñedos y las empresas de oferta complementaria como restaurantes y alojamientos, tienden a requerir cocineros con experiencia y conocimientos de la gastronomía local.

También tienden a demandar cocineros con conocimiento de gastronomías de otras partes del mundo, capaces de integrar los nuevos conceptos de cocina con las recetas tradicionales, y que diseñen nuevos menús saludables para los turistas, coherentes con un maridaje con los vinos locales.

⁹<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/650/idSector/39/idSubsector/165>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El cocinero nacional e internacional tiene conocimientos de culturas gastronómicas de diversas partes del mundo, y se encarga de ejecutar los diseños innovadores y las líneas estratégicas de negocio gastronómico diseñadas por el Chef para el desarrollo del negocio de turismo del vino.

Así, el perfil ocupacional que se presenta a continuación persigue describir las competencias y conocimientos que ha de desarrollar un Cocinero nacional e internacional, capacitado para ofrecer ideas gastronómicas innovadoras a un público internacional. Estas competencias son complementarias con las establecidas en el perfil de Maestro de Cocina de ChileValora.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	Cocinar gastronomía nacional e internacional con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Organizar la elaboración de los productos gastronómicos	Aprovisionamiento de insumos gastronómicos Almacenamiento de materias primas alimentarias Organización de los materiales y equipamientos necesarios para la cocina
Cocinar	Ejecución de recetas gastronómicas Aplicación de normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina Emplatado y presentación de los platos cocinados Maridaje de los platos con los vinos locales
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gastronomía	Trabajo en Equipo Comunicación
Cultura del vino	Calidad de servicio Atención al cliente

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.11/ SUMILLER

Un perfil ocupacional relacionado con el de *Sumiller* no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito como tal en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora¹⁰. Sin embargo, se encuentra validado el perfil relacionado de Barman, que incluye las siguientes unidades de competencia:

- Auto gestionar el servicio al cliente, según los protocolos y procedimientos de la empresa.
- Organizar plaza de trabajo del barman, según procedimientos de la empresa y normativa vigente.
- Preparar bebestibles al cliente, según procedimientos de la empresa.

Los viñedos cuentan con sumillers cuya función principal consiste en participar en el proceso de elaboración de los vinos de las bodegas, analizando los vinos producidos desde la perspectiva del consumidor.

Como complemento a esta tarea principal, participan en los tours que las bodegas ofrecen a sus visitantes.

Por su parte, las empresas de oferta complementaria, como restaurantes y hoteles no tienden a contar entre los profesionales de su negocio con sumillers especializados en vino, sino con barmans que realizan las tareas genéricas de gestionar los servicios gastronómicos a los clientes.

Por ello, se ha observado durante la etapa de diagnóstico la tendencia a demandar barmans con habilidades de atención al cliente y prestación de servicio a turistas de diversas nacionalidades, y que tengan un conocimiento creciente del mundo del vino.

Sin embargo, un barman y un sumiller no es lo mismo. El barman atiende a los comensales de un restaurante o de un bar, mientras que el sumiller es un profundo conocedor del mundo del vino, de sus procesos de producción, de

¹⁰<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/1004/idSector/32/idSubsector/144>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

las tendencias de los gustos de los consumidores, y de sus protocolos de cata y servicio. De esta forma, los wine bars de los viñedos y los restaurantes del entorno local persiguen contar con sumillers que sepan de vino y que tengan conocimiento sobre su maridaje con los platos de la gastronomía local.

Así, el perfil ocupacional que se presenta a continuación persigue describir las competencias y conocimientos que ha de desarrollar un Sumiller, capacitado para servir vino a turistas internacionales y recomendar sobre su maridaje con los platos locales. Estas competencias toman como punto de partida y son complementarias con las establecidas en el perfil de Barman de ChileValora.

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
SUMILLER	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	Preparar bebestibles con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Preparar la bodega de los negocios enoturísticos	Organización de la oferta de vinos del negocio enoturístico Diseño de una Estrategia de Comunicación sobre los valores, características y atributos de los vinos de la bodega y del entorno
Diseñar los maridajes entre los vinos de la bodega y su oferta gastronómica	Atención al cliente para ofrecerle el vino adecuado para cada plato de la oferta gastronómica Transferir conocimiento sobre vino al turista y al comensal
Ofrecer los vinos al turista y al comensal	Organización de catas Servicio de vinos a turistas y comensales
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Cultura del vino	Comunicación Calidad de servicio Atención al cliente Efectividad personal

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.2.12/ GUÍA ENOTURÍSTICO

El perfil ocupacional de *Guía Enoturístico* no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito en una ficha de perfil ocupacional del *Catálogo de Competencias Laborales* de ChileValora.

Sin embargo, si se encuentra validado un perfil de *Guía Turístico*¹¹ cuyas unidades de competencia son las siguientes:

- Guiar y manejar a los turistas de acuerdo al perfil del grupo.
- Dominar y demostrar conocimientos generales y específicos, de acuerdo a su especialización.
- Manejar situaciones imprevistas del entorno y de los turistas.
- Diseñar y aplicar un plan de contingencia frente a emergencias.

Los Guías Turísticos que tienden a demandar en la actualidad las empresas del sector enoturístico son profesionales con formación y experiencia en el sector del turismo, y que tengan la disposición para iniciar un camino de especialización en la cultura del vino.

Los profesionales de guías turísticos son muy demandados por los viñedos, ya que resulta complicado encontrar capital humano dispuesto a trabajar en el Valle del Maipo en esta actividad. Los salarios no son los suficientemente altos como para atraer a profesionales del turismo de Santiago. Por ello, los viñedos tienden a estar interesados en que se capacite al capital humano local para que desarrolle esta profesión en el futuro.

Adicionalmente, en este sentido los viñedos tienden a mostrarse muy exigentes con las competencias y conocimientos que han de tener los guías turísticos que demandan. Tienden a tener expectativas de contar con profesionales multidisciplinarios que aporten un alto valor añadido y contribuyan a sostener e incrementar la productividad de las líneas de negocio de turismo del vino.

¹¹<http://www.chilevalora.cl/buscador/index.php/PerfilCompetenciaPdf/crearPdf/idPerfil/657/idSector/39/idSubsector/167>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Así, los viñedos tienden a considerar como importante la necesidad de **“Gerentes de experiencias, o asesores de experiencias”**.

En el Valle del Maipo no existe una abundancia de profesionales con este perfil. Por ello, en la etapa de diagnóstico se ha observado una fuerte tendencia de las empresas enoturísticas a demandar una capacitación adecuada para capital humano local con interés en desarrollar este perfil profesional.

Es un perfil que resulta de la incorporación de un mix de competencias, dirigidas no solamente a prestar un servicio a los turistas del vino de manera mecánica y sistematizada, sino a 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, la mejora de competencias en los guías turísticos y de los gestores de negocios para transformarse en **Guías Enoturísticos**.

Estos guías han de estar familiarizados con la innovación, y han de desarrollar un perfil creativo. Los viñedos tienden a percibir que han de ser personas que relaten bien la historia del vino, de una forma *“lúdica, sabrosa, no aburrida”*. 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.

Así, se tiende a demandar que estos guías tengan conocimientos de idiomas, de la cultura del vino y de los canales de comercialización de los servicios turísticos. Se les tiende a exigir habilidades blandas de orientación al servicio y atención al cliente, junto con empatía y capacidad de transmitir experiencias.

También 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.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En efecto, se percibe la necesidad de Guías Enoturísticos 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.

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.

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

En este contexto, se presenta a continuación las competencias y conocimientos que ha de desarrollar un Guía Enoturístico. Este perfil será complementario con el perfil de Guía Turístico de ChileValora.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GUÍA ENOTURÍSTICO	
	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	4
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	Diseñar y gestionar nuevos productos y servicios enoturísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar tours y servicios enoturísticos	Diseño de nuevas rutas de visita para los turistas del vino
Guiar a los turistas durante el desarrollo de los tours	Transmitir conocimiento e información sobre las historias locales, el proceso de producción del vino, y el maridaje de los vinos son la gastronomía local Transmitir conocimiento comparativo sobre las características y atributos de las uvas y los vinos locales, en relación con las uvas y vinos de otras partes del mundo
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Uvas y vinos de diversas partes del mundo	Calidad de servicio Comunicación Trabajo en equipo Atención al cliente Efectividad personal Empatía
Catas	
Cultura y ritual del vino	
Gestión de servicios e itinerarios turísticos	
Creatividad	
Inglés	
Francés	
Portugués	
Conocimientos básicos de ruso aplicado al vino	
Conocimientos básicos de chino aplicado al vino	
Conocimientos básicos de japonés aplicado al vino	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.3/ ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA

Los *Itinerarios Formativos* que se presentan a continuación persiguen presentar la oferta formativa existente en la actualidad disponible para avanzar en el nivel de cualificación del capital humano en cada uno de los perfiles profesionales relacionados con el enoturismo.

Así, los itinerarios presentan potenciales *Acciones Formativas* que las personas de cada perfil profesional tienen la oportunidad de realizar para avanzar en su nivel de cualificación y para avanzar hacia la potencial obtención de un Certificado Laboral o incluso una Titulación Universitaria.

Cada una de las Acciones Formativas presentadas en los siguientes Itinerarios tiene su propio reconocimiento de nivel de cualificación.

Por ello, para conseguir, o bien alguno de los certificados disponibles en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, o bien una Titulación Universitaria, no resulta obligatoria la realización de todas las acciones formativas que se presentan en los siguientes Itinerarios.

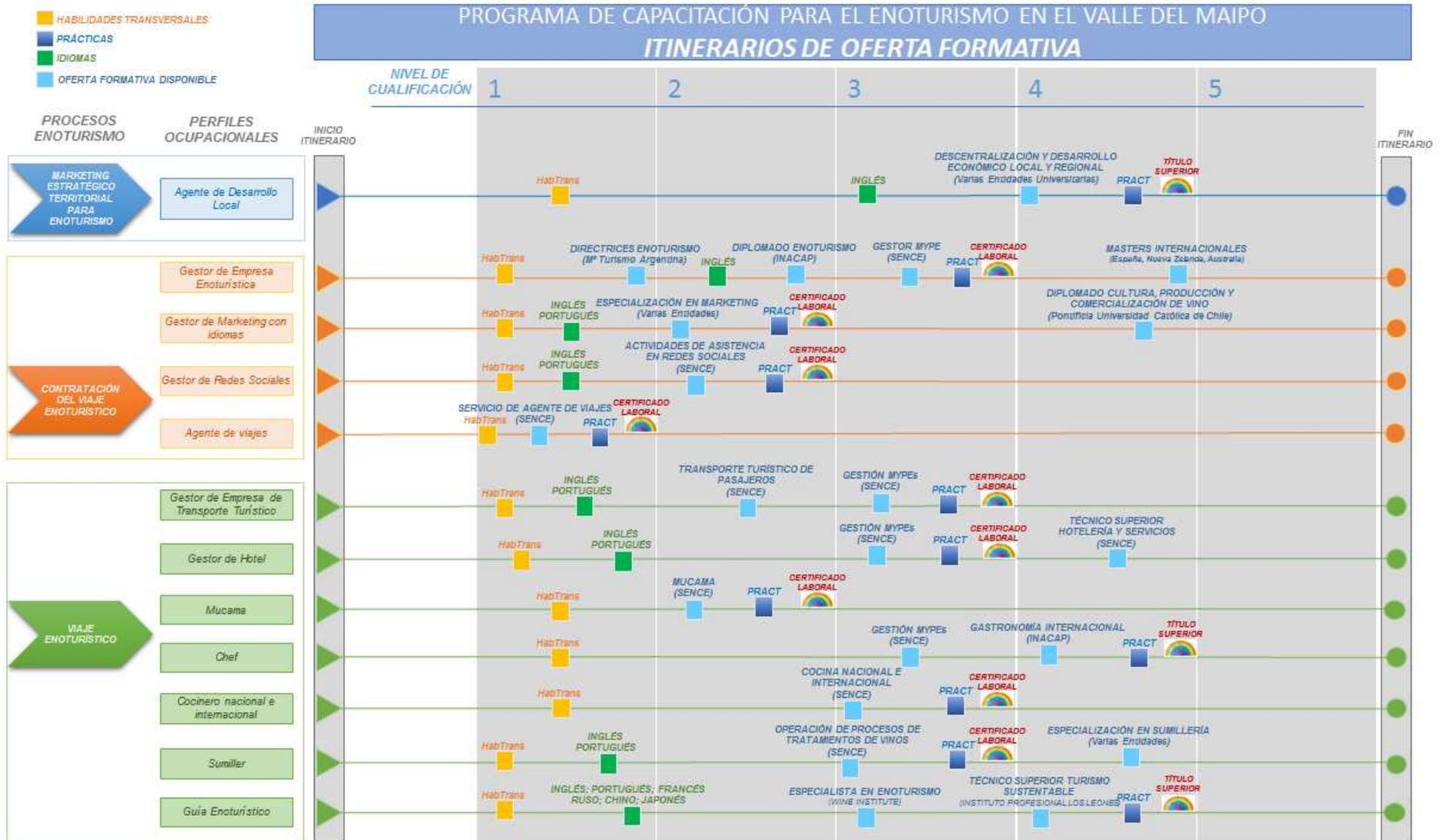
Adicionalmente, los *Módulos Formativos de habilidades transversales* que se presentan a continuación en el itinerario de cada Perfil Ocupacional, son los establecidos en las fichas de los Planes Formativos de cada perfil presentadas en el siguiente capítulo de este Informe.

Los contenidos de cada una de las habilidades transversales propuestas para cada perfil, serán los establecidos en el *Catálogo de Competencias Transversales para la Empleabilidad*¹² del *Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales*.

¹² <http://www.chilevalora.cl/wp-content/uploads/2016/06/Catologo-de-Competencias.pdf>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo



Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.4/ PLANES FORMATIVOS

Estos Itinerarios Formativos se componen de *Planes Formativos*. El detalle de los Planes Formativos que se presentan a continuación están integrados por una agrupación de módulos de formación cuyo objetivo es formar a un trabajador en un perfil ocupacional determinado.

La finalidad de los siguientes Planes Formativos es cubrir las brechas de competencia existentes en el sector del enoturismo en la actualidad, tal y como se han identificado durante la etapa de diagnóstico, y facilitar los aprendizajes vinculados necesarios para cada perfil profesional de la cadena de valor del enoturismo.

En el marco de este proyecto se presentan a continuación los siguientes Planes Formativos:

CATÁLOGO DE PLANES FORMATIVOS PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO		
SECTOR	PROCESO CLAVE	NOMBRE DEL PLAN FORMATIVO
ENOTURISMO	MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL
	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA
		GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO
		GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO
		AGENTE DE VIAJES
	VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO
		GESTOR DE HOTEL
		MUCAMA
		CHEF
		COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL
		SUMILLER
		GUÍA ENOTURÍSTICO

A continuación, se presentan los *Módulos Formativos* de estos Planes de Formación.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.4.1/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL

El catálogo de Planes Formativos para el proceso clave de Marketing Estratégico territorial para el enoturismo es el siguiente:

CATÁLOGO DE PLANES FORMATIVOS PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO		
SECTOR	PROCESO CLAVE	NOMBRE DEL PLAN FORMATIVO
ENOTURISMO	MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Así, el *Plan Formativo para Agente de Desarrollo Local* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO						
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL					NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
					4	
SECTOR		ENOTURISMO				
PROCESO CLAVE		MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL				
ACCIÓN 1	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL	EN DE Y	ENTIDAD	Varias Entidades Universitarias	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL						
ENTIDAD						
Varias Entidades Universitarias						
COMPETENCIAS						
Formación académica y profesional en materias de desarrollo local y descentralización						
MÓDULOS FORMATIVOS						
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Desafíos del desarrollo económico local	Dependiendo programa	Conocimientos sobre teorías del desarrollo económico local				
		Tendencias internacionales en el ámbito del desarrollo económico local				
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Políticas Públicas Territoriales	Dependiendo programa	Marco para el desarrollo de Políticas Públicas en Chile				
		Diseño de Políticas Públicas a nivel internacional (América latina, Europa y resto del mundo)				
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Desarrollo Regional y Local	Dependiendo programa	Planificación Estratégica y Desarrollo Local				
		Diseño de programas de desarrollo económico local				
		Gestión y evaluación de proyectos				
		Estudio de sectores económicos: el enoturismo				
METODOLOGÍA						
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas						

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Estudiar el impacto del ordenamiento territorial al desarrollo socio económico local	Formación especializada en desarrollo de infraestructuras habilitantes para el Enoturismo
Diseñar e implementar Programas de Apoyo al Enoturismo	Formación especializada en Programas de Innovación Enoturística, enoturismo e introducción de las TICS aplicadas al turismo
Promover la Asociatividad entre los viñedos para el enoturismo	Formación especializada en Marketing Territorial y Asociatividad para el Enoturismo

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.4.2/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO

El catálogo de Planes Formativos para el proceso clave de Marketing Estratégico territorial para el enoturismo es el siguiente:

CATÁLOGO DE PLANES FORMATIVOS PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO		
SECTOR	PROCESO CLAVE	NOMBRE DEL PLAN FORMATIVO
ENOTURISMO	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA
		GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO
		GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO
		AGENTE DE VIAJES

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Gestor de Empresa Enoturística* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR					ENOTURISMO
PROCESO CLAVE					CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	ENTIDAD	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	HORAS	1000
ACCIÓN 3	DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	ENTIDAD	INACAP	HORAS	100
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6372_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Planificar, gestionar y administrar una micro o pequeña empresa, según requerimientos y necesidades específicas.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas	60	Identificar oportunidades de negocio, describiendo las circunstancias, variables del sector y del entorno			
		Desarrollar el Plan Comercial de la microempresa			
		Aplicar técnicas de organización y control de la actividad diaria de la microempresa, de acuerdo a la naturaleza de sus productos y/o servicios			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Gestión de los procesos operativos de micro y	120	Gestionar los recursos humanos de la micro y pequeña empresa			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

pequeñas empresa		Organizar las acciones necesarias para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas
		Realizar la difusión y promoción de los productos/servicios de la micro y pequeña empresa, utilizando técnicas de marketing con el fin de promover e incrementar las ventas y fidelizar los clientes
		Realizar la venta y postventa de productos y/o servicios, atendiendo y negociando con los clientes
		Gestionar la documentación asociada al proceso comercial a través de procedimientos o aplicaciones computacionales
ACCIÓN 2: DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS		
ENTIDAD		
MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
https://www.asesoriadeturismo.com/titulo-especialista-en-procesos-de-guia-enoturistico/		
COMPETENCIAS		
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, bodegas, museos, oficinas de turismo y destinos locales.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Itinerario Especialista en Guía de Enoturismo (PARTE 1)	300	Procesos del Guía de Enoturismo
		Contexto del Guía Turístico
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Itinerario Especialista en Enoturismo (COMPLETO).	500	Dirección de empresas de enoturismo
		Gestión de destinos enoturísticos
		Procesos de Guía enoturístico
		Contexto del Guía turístico
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Itinerario Especialista en Gestor de Destinos y Dirección de empresas de enoturismo	200	Dirección de empresas de enoturismo
		Gestión de destinos enoturísticos
ACCIÓN 3: DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO		
ENTIDAD		
INACAP		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
http://www.inacap.cl/tportalvp/tp_modulos/tpm_seccion/tpm_imprimir.php?ncod=13886&mod=3275		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

COMPETENCIAS		
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.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Viticultura y enología	Sin datos	Viticultura
		Enología
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Enoturismo y rutas del vino	Sin datos	Turismo del vino
		Rutas del vino
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Marketing y comercialización de productos enoturísticos	Sin datos	Marketing enoturístico
MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Ordenamiento y gestión territorial de destinos enoturísticos	Sin datos	Ordenamiento territorial
		Destinos enoturísticos
MÓDULO 5	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Servicio del vino	Sin datos	Sumillería
		Servicio del vino
MÓDULO 6	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Técnicas para la acogida enoturística	Sin datos	Servicio al cliente
		Alojamiento
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar una Estrategia para la línea de negocio de turismo del vino	Formación especializada en el sector del entorurismo internacional
Diseñar nuevos productos y servicios enoturísticos innovadores	Formación especializada en creatividad e innovación para el turismo y el enoturismo
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la línea de negocio de turismo del vino	Formación especializada en Planes de Gestión del sector turístico
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad de la línea de negocio enoturística	Formación especializada en Cuadro de Mando para la gestión de negocios turísticos

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Gestor de Marketing Enoturístico* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR					ENOTURISMO
PROCESO CLAVE					CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE	ENTIDAD	Varias Entidades Universitarias	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 2	DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO	ENTIDAD	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	HORAS	100
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE					
ENTIDAD					
Varias Entidades Universitarias nacionales e internacionales					
FUENTE CON IDENTIFICACIÓN DE OFERTA FORMATIVA NACIONAL E INTERNACIONAL					
Diagnóstico de capital humano para el enoturismo del Valle del Maipo "Mapa Ocupacional, mapa Competencial y Mapa de Capacidades". (INFYDE 2017)					
COMPETENCIAS					
Planificar, gestionar y desarrollar proyectos integrales de marketing en la red.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Marketing digital	Dependiendo programa	Tendencias de marketing por internet			
		Plan de Marketing Digital			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Motores de búsqueda e inversión en medios digitales	Dependiendo programa	Instrumentos de búsqueda y posicionamiento en internet			
		Marketing Mix digital			
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Social Media y	Dependiendo	Gestión de Redes Sociales			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Marketing contenido	de	programa	Marketing de contenidos
ACCIÓN 2: DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO			
ENTIDAD			
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE			
FUENTE CON IDENTIFICACIÓN DE OFERTA FORMATIVA NACIONAL E INTERNACIONAL			
http://www.educacioncontinua.uc.cl/23984-ficha-diplomado-en-vino-chileno-produccion-elaboracion-comercializacion-y-degustacion			
COMPETENCIAS			
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.			
MÓDULOS FORMATIVOS			
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS	
Ecosistema vitícola y producción de vinos	50	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	
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS	
Comercialización, marketing y legislación del vino	25	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	
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS	
Evaluación sensorial y maridaje del vino	Dependiendo programa	Desarrollar capacidades sensoriales	
		Adquirir habilidades para describir un vino desde un punto de vista organoléptico	
METODOLOGÍA			
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar Planes de Marketing Estratégico	Formación especializada en tendencias del mercado enoturístico internacional
Diseñar Acciones de Marketing Mix	Formación especializada en desarrollo de productos y servicios turísticos Formación especializada en canales de comercialización para diversos segmentos de clientes de turismo del vino Formación especializada en publicidad y comunicación para el enoturismo

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Gestor de Redes Sociales para el Enoturismo* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO				NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
				2	
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	ENTIDAD	SENCE	HORAS	150
ACCIÓN 1: ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-7463_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Gestionar y administrar cuentas corporativas, contenidos de la empresa y su relación con el cliente en plataformas informáticas de redes sociales de acuerdo a las estrategias de la organización y protocolos de atención al cliente					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Fundamentos de la comunicación digital y las redes sociales	30	Identificar los conceptos generales aplicables al estudio de las redes sociales			
		Describir el fenómeno de las redes sociales como nuevo paradigma comunicativo y de relación entre la empresa y los usuarios o clientes			
		Reconocer los aspectos de publicidad y marketing en las redes sociales respecto de las empresas y su relación con los clientes			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Administración de cuentas corporativas y edición de contenido web	40	Identificar tipo de cuentas corporativas, su usabilidad en las redes sociales			
		Reconocer los tipos de contenidos y técnicas de publicación en redes sociales			
		Aplicar técnicas de administración de cuentas corporativas y contenidos web			
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Usabilidad web y comunidades online	40	Identificar tipos de comunidades web en la interacción con los usuarios respecto de las cuentas corporativas de una empresa Aplicar técnicas de atención al cliente vía plataforma web
MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Marketing y medios en las redes sociales	40	Reconocer los aspectos generales de la publicidad y el marketing en redes sociales de acuerdo a estrategias corporativas y normativa vigente
		Aplicar técnicas de planificación de campañas publicitarias en comunidades web
		Realizar informes de seguimiento y bases de datos de las campañas publicitarias en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing y protocolos de la empresa
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar Estrategias de Redes Sociales para servicios enoturísticos	Formación especializada en estudio de los canales de comunicación de internet para la venta de productos y servicios enoturísticos Formación especializada en diagnóstico de la situación del mercado de servicios enoturísticos Formación especializada en elaboración de informes sobre las características de los productos y servicios enoturísticos a nivel internacional
Captar clientes para negocios enoturísticos	Formación especializada en conocimiento de las tendencias de las demandas de los turistas del vino Formación especializada en conocimiento de las tendencias de los canales de compra de los turistas del vino
Evaluar la satisfacción de los clientes durante todo el proceso del viaje enoturístico	Formación especializada en seguimiento y fidelización del turista después de haber realizado la visita a los viñedos

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Agente de Viajes* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO						
AGENTE DE VIAJES					NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
					1	
SECTOR			ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE			CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	SERVICIO DE VIAJES	AGENTE DE	ENTIDAD	SENCE	HORAS	150
ACCIÓN 1: SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES						
ENTIDAD						
SENCE						
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS						
http://www.sence.cl/601/articles-6233_archivo_01.pdf						
COMPETENCIAS						
Realizar programa de viajes de acuerdo a las necesidades del cliente y a la disponibilidad de operadores turísticos siguiendo procedimientos de la empresa y normativa legal vigente.						
MÓDULOS FORMATIVOS						
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Gestión de una agencia de viaje minorista	30	Describir el funcionamiento de una agencia de viajes minorista				
		Determinar las fortalezas y debilidades de una agencia de viajes minorista				
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Planificación y venta de viaje y servicios turísticos	90	Señalar al cliente diversas opciones de viaje, productos y otros servicios asociados				
		Explicar al cliente un resumen del programa, producto o servicio solicitados				
		Generar la venta del programa, producto o servicio solicitado siguiendo los procedimientos de cotización y reserva con proveedores				
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Servicio de post-venta y gestión de clientes.	30	Aplicar seguimiento al programa, producto o servicio contratado por el cliente				
		Organizar archivo de cartera de clientes actualizado				
METODOLOGÍA						
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas						

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

AGENTE DE VIAJES	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar paquetes de productos y servicios enoturísticos	Formación especializada en diseño y organización de paquetes enoturísticos
Comercializar productos y servicios enoturísticos	Formación especializada en conocimiento de los segmentos de mercado para la concreción de reservas de paquetes de turismo del vino

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

2.4.3/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE VIAJE ENOTURÍSTICO

El catálogo de Planes Formativos para el proceso clave de Marketing Estratégico territorial para el enoturismo es el siguiente:

CATÁLOGO DE PLANES FORMATIVOS PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO		
SECTOR	PROCESO CLAVE	NOMBRE DEL PLAN FORMATIVO
ENOTURISMO	VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO
		GESTOR DE HOTEL
		MUCAMA
		CHEF
		COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL
		SUMILLER
		GUÍA ENOTURÍSTICO

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Gestor de Empresa de Transporte Turístico* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR					ENOTURISMO
PROCESO CLAVE					VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	195
ACCIÓN 2	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 1: TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6234_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Brindar 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					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Planificación y preparación de itinerario turístico	45	Preparar ruta de viaje con sitios turísticos contratados por turistas			
		Verificar las condiciones técnicas del vehículo y su equipamiento, de acuerdo al tipo de programa turístico y las condiciones de seguridad requeridas			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Recepción y atención de pasajeros turístico	45	Recepcionar a los turistas en el vehículo de acuerdo a protocolos de atención			
		Entrega instrucciones en seguridad, a turistas en el inicio del trayecto			
		Atender a los turistas durante el trayecto de los diferentes servicios			
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Prevención de riesgos y manejo de emergencias en actividades turísticas	45	Identificar los riesgos que pueden presentarse durante el servicio de transporte y acompañamiento turístico y las medidas de prevención correspondientes
		Aplicar técnicas de primeros auxilios de acuerdo al tipo de emergencia o accidente y protocolos preestablecidos
MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Inglés para servicios de información y guía turística	60	Interpretar mensajes orales emitidos por el turista en idioma inglés
		Expresar mensajes verbales en inglés, dirigidos al turista
ACCIÓN 2: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS		
ENTIDAD		
SENCE		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
http://www.sence.cl/601/articles-6372_archivo_01.pdf		
COMPETENCIAS		
Planificar, gestionar y administrar una micro o pequeña empresa, según requerimientos y necesidades específicas.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas	60	Identificar oportunidades de negocio, describiendo las circunstancias, variables del sector y del entorno
		Desarrollar el Plan Comercial de la microempresa
		Aplicar técnicas de organización y control de la actividad diaria de la microempresa, de acuerdo a la naturaleza de sus productos y/o servicios
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa	120	Gestionar los recursos humanos de la micro y pequeña empresa
		Organizar las acciones necesarias para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas
		Realizar la difusión y promoción de los productos/servicios de la micro y pequeña empresa, utilizando técnicas de marketing con el fin de promover e incrementar las ventas y fidelizar los clientes
		Realizar la venta y postventa de productos y/o servicios, atendiendo y negociando con los clientes
		Gestionar la documentación asociada al proceso comercial a través de procedimientos o aplicaciones computacionales
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar Estrategias de negocios de transporte turístico	Formación especializada en estrategias para el establecimiento de relaciones comerciales con viñedos, agencias de viajes y tour operadores
Diseñar itinerarios enoturísticos	Formación especializada en diseño de rutas turísticas del vino, y en oportunidades de creación de nuevas ofertas de productos turísticos durante los itinerarios (tiendas, artesanías, souvenirs, museos, cultura, deporte, etc.)
Conducir vehículos de uso turístico	Sin brechas identificadas

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Gestor de Hotel* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE HOTEL					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR					ENOTURISMO
PROCESO CLAVE					VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	ENTIDAD	INACAP	HORAS	360
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6372_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Planificar, gestionar y administrar una micro o pequeña empresa, según requerimientos y necesidades específicas.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas	60	Identificar oportunidades de negocio, describiendo las circunstancias, variables del sector y del entorno			
		Desarrollar el Plan Comercial de la microempresa			
		Aplicar técnicas de organización y control de la actividad diaria de la microempresa, de acuerdo a la naturaleza de sus productos y/o servicios			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa	120	Gestionar los recursos humanos de la micro y pequeña empresa			
		Organizar las acciones necesarias para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas			
		Realizar la difusión y promoción de los productos/servicios de la micro y pequeña empresa, utilizando técnicas de marketing			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

		con el fin de promover e incrementar las ventas y fidelizar los clientes
		Realizar la venta y postventa de productos y/o servicios, atendiendo y negociando con los clientes
		Gestionar la documentación asociada al proceso comercial a través de procedimientos o aplicaciones computacionales
ACCIÓN 2: TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS		
ENTIDAD		
INACAP		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
http://www.inacap.cl/tportalvp/hotelaria-turismo-y-gastronomia/contenido/carreras/hotelaria-y-servicios-cod-hs-hs0		
COMPETENCIAS		
Procesos operacionales donde se establecen asignaturas asociadas a la ejecución y supervisión de servicios de alojamiento, alimentos & bebidas y manejo de idioma inglés; y la gestión administrativa con asignaturas asociadas a los procesos administrativos.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Procesos Operacionales de Servicios de Alojamiento y Alimentos & Bebidas	-	Supervisa procesos operativos de servicios de alojamiento trabajando de manera colaborativa y de acuerdo a normativa vigente y estándares de la empresa
		Supervisa procesos operativos de servicios de alimentos & bebidas, trabajando de manera colaborativa, de acuerdo a normativa vigente y estándares de la empresa
		Provee una experiencia satisfactoria al cliente en servicios de alojamiento y alimentos & bebidas, a través, de un intercambio de información en su lengua materna e idioma inglés, considerando protocolos de excelencia de la empresa
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Gestión Administrativa de Servicios de Alojamiento y Alimentos & Bebidas	-	Realiza procesos administrativos en las áreas de reservas, recepción, housekeeping y alimentos & bebidas, actuando de manera ética en el cumplimiento de los estándares de la empresa y normativa vigente
		Realiza tareas de comercialización de servicios de alojamiento y alimentos & bebidas, a través, de un intercambio de información, orientadas al cumplimiento de políticas y estrategias de venta
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GESTOR DE HOTEL	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar Estrategias de Gestión Hotelera	Formación especializada en hotelería enoturística
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión Hotelera	Formación especializada en planes de gestión de alojamientos enoturísticos
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad del hotel	Formación especializada en cuadros de mando para el seguimiento d actividades de hotelería enoturística

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Mucama* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
MUCAMA					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					2
SECTOR	ENOTURISMO				
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO				
ACCIÓN 1	MUCAMA	ENTIDAD	SENCE	HORAS	200
ACCIÓN 1: MUCAMA					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6228_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Realizar la mantención de habitaciones, baños y áreas comunes de recintos de alojamiento, cumpliendo con los estándares de calidad de servicio y atención a los huéspedes y la preservación de la seguridad laboral personal y medio ambiental.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Limpieza, mantenimiento y ornato de baños, habitaciones y áreas comunes en establecimientos de alojamiento	80	Reconocer los tipos de hoteles, sus características y estructura tipo			
		Organizar trabajo a realizar, controlando y disponiendo de los implementos, materiales e insumos			
		Asear y alistar la sala de baño			
		Alistar habitación			
		Realizar limpieza de pisos, revestimientos, alfombras, cortinas en habitaciones y áreas comunes			
		Aplicar técnicas de limpieza y mantenimiento del mobiliario y elementos decorativos			
		Ornamentar habitaciones y espacios comunes			
Manejar protocolos básicos de primeros auxilios en caso de accidentes laborales y/o de los huéspedes					
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Atención al cliente y prestación de servicios	40	Atender requerimientos de los huéspedes, comunicándose en un lenguaje formal, con cordialidad y cortesía			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

en habitación		Gestionar los requerimientos del huésped, siguiendo un procedimiento
		Controlar el estado del mini bar, el stock y consumo de productos
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Inglés para la ocupación de mucama	80	Interpretar mensajes orales emitidos por el huésped en idioma inglés
		Expresar mensajes verbales en inglés, dirigidos al huésped
		Interpretar el significado global de mensajes, e instrucciones breves escritas en inglés, por el huésped
		Producir mensajes escritos en inglés, breves, ajustados a criterios básicos de corrección gramatical empleando un vocabulario sencillo
		Interactuar con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la mucama
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

MUCAMA	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Asear, ordenar y acomodar habitaciones y baños	Sin brechas identificadas
Asear y ordenar cocina	Sin brechas identificadas

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Chef* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO					
CHEF					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					4
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	GASTRONOMÍA INTERNACIONAL		INACAP		1817
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6372_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Planificar, gestionar y administrar una micro o pequeña empresa, según requerimientos y necesidades específicas.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas	60	Identificar oportunidades de negocio, describiendo las circunstancias, variables del sector y del entorno			
		Desarrollar el Plan Comercial de la microempresa			
		Aplicar técnicas de organización y control de la actividad diaria de la microempresa, de acuerdo a la naturaleza de sus productos y/o servicios			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa	120	Gestionar los recursos humanos de la micro y pequeña empresa			
		Organizar las acciones necesarias para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas			
		Realizar la difusión y promoción de los productos/servicios de la micro y pequeña empresa, utilizando técnicas de marketing			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

		con el fin de promover e incrementar las ventas y fidelizar los clientes
		Realizar la venta y postventa de productos y/o servicios, atendiendo y negociando con los clientes
		Gestionar la documentación asociada al proceso comercial a través de procedimientos o aplicaciones computacionales
ACCIÓN 2: GASTRONOMÍA INTERNACIONAL		
ENTIDAD		
INACAP		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
http://www.inacap.cl/tportalvp/hoteleria-turismo-y-gastronomia/contenido/carreras/gastronomia-internacional-cod-15-150-2		
COMPETENCIAS		
Realizar la producción gastronómica, atender las necesidades y requerimientos del cliente, ejecutar procesos de costeo y venta en establecimientos gastronómicos, tanto en Chile como en el extranjero, bajo estándares de calidad total.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Gastronomía Internacional	-	Realiza preparaciones culinarias saladas y dulces, de acuerdo al proceso de producción, respetando normas, estándares de calidad y sustentabilidad
		Elabora minutas equilibradas, considerando técnicas de base, respetando el origen, calidad, aspectos nutricionales, rendimiento y costos de los insumos de manera rigurosa, organizando el equipo de trabajo en su departamento de producción, con actitud colaborativa, responsable y comprometida, de acuerdo a normas de higiene, seguridad y sustentabilidad.
		Comercializa productos y servicios gastronómicos rentables, tanto en emprendimientos propios como de terceros, realizando procesos de costeo y venta.
		Comunica información a colaboradores, proveedores y clientes, de manera oral y escrita, en lengua materna, inglés a nivel básico y francés de especialidad, considerando las necesidades y requerimientos de los procesos productivos y clientes.
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

CHEF	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar Estrategias de Gestión de la oferta gastronómica de las instalaciones enoturísticas	Formación especializada en gastronomía enoturística
Diseñar nuevos conceptos gastronómicos para negocios enoturísticos	Formación especializada en diseño de procesos culinarios de show-cooking Formación especializada en cooperación con sumillers para el diseño de experiencias de cata y maridaje
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la actividad gastronómica del negocio enoturístico	Formación especializada en planes de gestión de gastronomía enoturística
Organizar la actividad de la cocina	Sin brechas identificadas

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Cocinero Nacional e Internacional* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO						
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL						NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR						ENOTURISMO
PROCESO CLAVE						VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	ENTIDAD	SENCE	HORAS	240	
ACCIÓN 1: COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL						
ENTIDAD						
SENCE						
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS						
http://www.sence.cl/601/articles-6217_archivo_01.pdf						
COMPETENCIAS						
Manejar producciones gastronómicas cumpliendo con las normas de seguridad y prevención de riesgos alimentarios						
MÓDULOS FORMATIVOS						
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Higiene, seguridad y prevención de riesgos en producción gastronómica	30	Controlar la higiene, manipulación y preservación de los alimentos				
		Aplicar higiene, sanitización, manejo de residuos y buenas prácticas ambientales en los procesos alimentarios				
		Manejar las normas y protocolos de seguridad en situaciones de emergencia en la actividad alimentaria				
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Aprovisionamiento, almacenaje y control de materia primas procesadas y sin procesar, para producciones gastronómicas	30	Reconocer la organización de una cocina, y los roles, funciones y responsabilidades del personal a cargo				
		Diseñar menús gastronómicos para servicios de alimentación en casinos, restaurantes, banquetes y otros eventos				
		Manejar Métodos y técnicas de almacenamiento, conservación y refrigeración de productos alimentarios				
		Controlar el almacenamiento de las materias primas, realizando inventarios				
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Técnicas culinarias para	50	Preparar platos según recetas estándares				

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

producciones gastronómicas		Aplicar las técnicas de terminación, montaje y presentación de los platos
MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Cocina nacional	50	Planificar platos típicos de la zona norte, centro y sur de Chile, teniendo en cuenta sus costumbres y tradiciones
		Elaborar diversos platos culinarios de cocina nacional aplicando las técnicas gastronómicas tradicionales
		Aplicar las técnicas de terminación, montaje y presentación de los platos más representativos del país
MÓDULO 5	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Cocina internacional	80	Planificar platos típicos de Francia, Italia, España, China, Japón, México, Perú, y Brasil teniendo en cuenta sus costumbres y tradiciones
		Elaborar menú típico de diferentes países, aplicando las técnicas de cocina internacional
		Aplicar las técnicas de terminación, montaje y presentación de los platos
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Organizar la elaboración de los productos gastronómicos	Formación especializada en maridaje de los platos con los vinos locales
Cocinar	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Sumiller* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.

PLAN FORMATIVO						
SUMILLER					NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
					3	
SECTOR		ENOTURISMO				
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO				
ACCIÓN 1	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	ENTIDAD	Varios Centros Educativos	HORAS	Dependiendo programa	
ACCIÓN 2	OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	Dependiendo programa	
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA						
ENTIDAD						
Varios Centros Educativos						
COMPETENCIAS						
Preparar bebestibles con maridaje						
MÓDULOS FORMATIVOS						
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Gestionar la bodega	-	Organización de la oferta de vinos				
		Diseño de la oferta de comunicación sobre atributos de los vinos				
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Diseñar maridajes	-	Servicio al cliente de maridaje entre gastronomía y vino				
		Transferir conocimiento sobre vinos al turista				
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS				
Ofrecer vinos al turista y al comensal	-	Organizar catas				
ACCIÓN 2: OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS						
ENTIDAD						
SENCE						
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS						
http://www.sence.cl/601/articles-6206_archivo_01.pdf						

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

COMPETENCIAS		
Operar equipos en procesos de tratamiento de vinos según variedad de uva vinífera.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Operación de equipos de mezclado de vino	48	Preparar proceso de mezclado de vinos
		Ejecutar proceso de mezclado de vinos
		Controlar el funcionamiento de los equipos de mezcla de vinos
		Concluir el proceso de mezclado de vinos
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Operación de equipos de clarificación y estabilización de vinos	48	Preparar y ejecutar los equipos de clarificación y estabilización del vino
		Controlar parámetros de funcionamiento de los equipos de clarificación y estabilización del vino
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Operación de equipos de filtrado de vino	48	Preparar y operar equipos, materiales e insumos enológicos utilizados en el proceso de filtrado del vino
		Controlar parámetros e indicadores del proceso de filtrado de vinos
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

SUMILLER	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Preparar la bodega de los negocios enoturísticos	Formación especializada en diseño de estrategias de comunicación sobre los valores, características y atributos de los vinos de la bodega y del entorno
Diseñar los maridajes entre los vinos de la bodega y su oferta gastronómica	Sin brechas identificadas
Ofrecer los vinos al turista y al comensal	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El *Plan Formativo para Guía Enoturístico* incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado. *Cabe destacar que se observa una falencia de oferta formativa en el campo de Guía de Turismo y de Guía de Enoturismo*. A continuación, se presentan los grados con potencial de estar relacionados con las actividades de este perfil ocupacional.

PLAN FORMATIVO					
GUÍA ENOTURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
SECTOR					ENOTURISMO
PROCESO CLAVE					VIAJE ENOTURÍSTICO
ACCIÓN 1	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	ENTIDAD	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	HORAS	
ACCIÓN 2	ESPECIALISTA ENOTURISMO EN	ENTIDAD	WINE INSTITUTE	HORAS	
ACCIÓN 1: TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE					
ENTIDAD					
INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.ipleones.cl/carreras/turismo-sustentable					
COMPETENCIAS					
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.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Introducción al Turismo	6 meses	Teoría del turismo			
		Idiomas			
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Servicios Turísticos de Calidad	6 meses	Patrimonio y competencias personales			
		Idiomas			
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS			
Operadores Intermediarios Turísticos	6 meses	Destinos Turísticos Internacionales			
		Idiomas			

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
Turismo de Intereses Especiales	6 meses	Turismo de Intereses Especiales (entre ellos el enoturismo)
		Idiomas
ACCIÓN 2: ESPECIALISTA EN ENOTURISMO		
ENTIDAD		
WINE INSTITUTE		
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS		
http://wineinstitute.cl/sede-santiago-especializacion-en-enoturismo/		
COMPETENCIAS		
Entregar herramientas para el desarrollo del turismo enológico. Adquirir los conocimientos técnico comercial de vinos para desenvolverse en la industria. Conocer los Valles Vitivinícolas de Chile. Conocer el vocabulario técnico del vino involucrado a todos los sectores de Bodega.		
MÓDULOS FORMATIVOS		
MÓDULO 1	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
HISTORIA Y CULTURA DEL VINO	2 clases	El vino a través de la historia
		El vino en Chile: Cultura y Tradición
MÓDULO 2	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
GEOGRAFÍA DEL VINO	3 clases	Geografía Vitivinícola Mundial
		Geografía Vitivinícola chilena
MÓDULO 3	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
VITICULTURA Y ENOLOGÍA	3 clases	Nociones generales de Viticultura
		Nociones Generales de Enología
MÓDULO 4	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
EL VINO: TIPOS, ESTILOS Y CATA	4 clases	Los vinos chilenos, los diferentes estilos
		Metodología del proceso de cata
		Equilibrio y lenguaje de la cata
		Los vinos del mundo a través de la cata
MÓDULO 5	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
EL VINO COMO RECURSO TURÍSTICO	5 clases	Tipos y Bodegas chilenas: Los recursos del turismo enológico
		Oferta y demanda del Turismo en Bodegas
MÓDULO 6	DURACIÓN	APRENDIZAJES ESPERADOS
SERVICIOS AL TURISTA	2 clases	La comunicación en general
		La importancia del buen servicio
METODOLOGÍA		
Metodología dual, incluyendo contenidos teóricos, ejercicios prácticos y prácticas en empresas		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Una vez identificados y analizados los contenidos de la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado relacionada con este perfil ocupacional, se observan las siguientes brechas entre esta oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar a este perfil ocupacional, tal y como se recogen en su ficha de perfil ocupacional presentada en el anterior capítulo.

GUÍA ENOTURÍSTICO	
BRECHAS ENTRE OFERTA FORMATIVA Y DEMANDA DE COMPETENCIAS	
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	BRECHAS
Diseñar tours y servicios enoturísticos	Formación especializada en diseño de nuevas rutas de visita para los turistas del vino
Guiar a los turistas durante el desarrollo de los tours	Formación especializada en transmitir conocimiento e información sobre las historias locales, el proceso de producción del vino, y el maridaje de los vinos son la gastronomía local Formación especializada en transmitir conocimiento comparativo sobre las características y atributos de las uvas y los vinos locales, en relación con las uvas y vinos de otras partes del mundo
Idiomas	Chino Ruso Japonés

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

3/ CALENDARIO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

A continuación, se presenta una *propuesta de calendario de cursos* que tienen el potencial de realizarse, tanto durante el período de este proyecto piloto hasta Diciembre de 2017 como en el mediano y largo plazo.

Con la finalidad de atender lo que tienden a demandar las empresas del sector enoturístico en materia de lugar de celebración de las acciones formativas, se propone que en la medida de lo posible los cursos sean realizados en el propio Valle del Maipo.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	2017
		DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	INACAP	2017-2020
	GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
		DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
	GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	SENCE	2017-2018
	AGENTE DE VIAJES	SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES	SENCE	2017-2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	SENCE	2017-2018
		GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
	GESTOR DE HOTEL	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	INACAP	2017-2020
	MUCAMA	MUCAMA	SENCE	2017-2018
	CHEF	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		GASTRONOMÍA INTERNACIONAL	INACAP	2017-2020
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	SENCE	2017-2018
	SUMILLER	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	Varios Centros Educativos	2017-2020
		OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	SENCE	2017-2018
	GUÍA ENOTURÍSTICO	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	2017-2020
		ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	WINE INSTITUTE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

4/ CONCLUSIONES

A continuación, se presentan algunas *conclusiones* sobre los perfiles ocupacionales que se tienden a demandar para el enoturismo en el Valle del Maipo, así como sobre la oferta formativa existente para desarrollar itinerarios formativos del capital humano local adecuados a las demandas de las empresas.

Un *Programa de Capacitación* dirigido específicamente al sector enoturístico ha de tomar en consideración, entre otros, los siguientes puntos de partida.

En primer lugar, resulta prioritario transferir competencias al capital humano para conseguir avances competitivos de las empresas enoturísticas del Valle del Maipo al menos en los siguientes ámbitos:

- Mejorar la Calidad de los productos y servicios enoturísticos.
- Favorecer la gestión y la diversificación de los productos y servicios enoturísticos.
- Potenciar la innovación.
- Aumentar la internacionalización de turismo del vino del valle.
- Promover la asociatividad y la cooperación entre viñedos y agentes de oferta complementaria para fortalecer el destino del turismo del vino local.

Adicionalmente, la oferta formativa que se diseñe y se ponga a disposición del capital humano ha de reunir las siguientes características:

- Oferta formativa con **contenidos adecuadamente orientados al enoturismo.**
- Oferta formativa con una **programación adecuada, en horarios, lugares de impartición cercanos al entorno local, y nivel de**

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

contenidos, que facilite su aprovechamiento al capital humano autóctono que reside en el Valle del Maipo.

- **Oferta formativa dual**, que integre de manera coherente los contenidos teóricos y prácticos en el aula, junto con las prácticas en las propias empresas.
- Oferta formativa con titulaciones oficiales que faciliten al capital humano la obtención de **certificados profesionales que reconozcan de manera oficial su nivel de cualificación** para el ejercicio de profesiones en el sector del enoturismo.

El Programa de Capacitación también ha de **adecuarse al marco nacional vigente en materia de formación y empleo**.

En especial, sus contenidos han de ser coherentes y contribuir al desarrollo de normativas como el **Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral** y el **Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales**, entre otros.

El presente *Programa de Capacitación para el enoturismo del Valle del Maipo*, parte de la base del análisis de la *cadena de valor* del enoturismo, que incluye por **tres procesos clave**, que son:

- el *marketing estratégico territorial para el enoturismo*,
- la *contratación del viaje enoturístico*, y
- el *desarrollo del propio viaje de turismo del vino*.

Cada uno de estos grandes procesos está integrado por un conjunto de subprocesos clave, para los que se definen unos perfiles ocupacionales cada uno de ellos con su correspondiente nivel de cualificación, tal y como se presenta en la siguiente tabla.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

CADENA DE VALOR ENOTURISMO CHILE		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	PLANIFICACIÓN POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	MEJORA EN LA GESTIÓN / INNOVACIÓN
		GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		GESTOR DE REDES SOCIALES	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		AGENTE DE VIAJES	1	INTERNACIONALIZACIÓN
VIAJE ENOTURÍSTICO	TRANSPORTE A DESTINO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	3	MEJORA DE LA CALIDAD
	ALOJAMIENTO	GESTOR DE HOTEL	3	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		MUCAMA	2	MEJORA DE LA CALIDAD
	GASTRONOMÍA	CHEF	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	3	MEJORA DE LA CALIDAD
		SUMILLER	3	MEJORA DE LA CALIDAD
PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN	
VISITA A VIÑEDOS				

Fuente: elaborado por Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En cuanto a los *Perfiles Ocupacionales* identificados en este proyecto que se presentan en la tabla anterior, se observa que *las empresas del sector enoturístico del Valle del Maipo tienden a demandar capital humano residente en el entorno del propio valle*, ya que se están encontrando en la actualidad con dificultades para encontrar profesionales con la cualificación adecuada que quieran trabajar en los negocios enoturísticos en el valle.

El trabajo turístico en los viñedos no resulta suficientemente rentable para trabajadores residentes en Santiago capital. Por ello, las empresas del sector tienden a demandar la contratación de profesionales residentes en las comunas integrantes del valle.

Sin embargo, se observa una brecha entre las demandas de profesionales con competencias adecuadas (idiomas, habilidades blandas, conocimientos de vino y del negocio del sector turístico) que manifiestan las empresas, y el perfil de competencias que presentan en la actualidad los trabajadores residentes en el valle.

Por ello, el diseño de los perfiles ocupacionales ajustados a las necesidades del enoturismo *tienen una utilidad socio económica*, orientada a:

- Formar y cualificar en profesiones de futuro a trabajadores residentes en el Valle del Maipo.
- Ayudar a las empresas enoturísticas a impulsar su evolución competitiva en el mercado global.
- Orientar los itinerarios formativos para formar a trabajadores residentes en el valle, y capacitar a profesionales potencialmente demandados por el enoturismo de la comarca.
- Reducir las brechas entre el nivel de cualificación de los profesionales locales que quieren trabajar en el valle, y las empresas enoturísticas que quieren evolucionar competitivamente en el mercado global.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, los *Itinerarios Formativos* diseñados en este Programa de Capacitación, persiguen presentar la oferta formativa existente en la actualidad disponible para avanzar en el nivel de cualificación del capital humano en cada uno de los perfiles profesionales relacionados con el enoturismo.

Así, los itinerarios presentan potenciales *Acciones Formativas* que las personas de cada perfil profesional tienen la oportunidad de realizar para avanzar en su nivel de cualificación y para avanzar hacia la potencial obtención de un Certificado Laboral o incluso una Titulación Universitaria.

Cada una de las Acciones Formativas de los Itinerarios, ha tener su propio reconocimiento de nivel de cualificación. Por ello, para conseguir, o bien alguno de los certificados disponibles en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, o bien una Titulación Universitaria, no resulta obligatoria la realización de todas las acciones formativas que se presentan en los siguientes Itinerarios.

Adicionalmente, se tiende a necesitar capacitación en materia de Habilidades Transversales en todos los perfiles ocupacionales del sector. Existe una amplia variedad de oferta formativa en materia de *Módulos Formativos de habilidades transversales*. Por ello, los contenidos de cada una de las habilidades transversales propuestas para cada perfil, son los establecidos en el *Catálogo de Competencias Transversales para la Empleabilidad*¹³ del *Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales*.

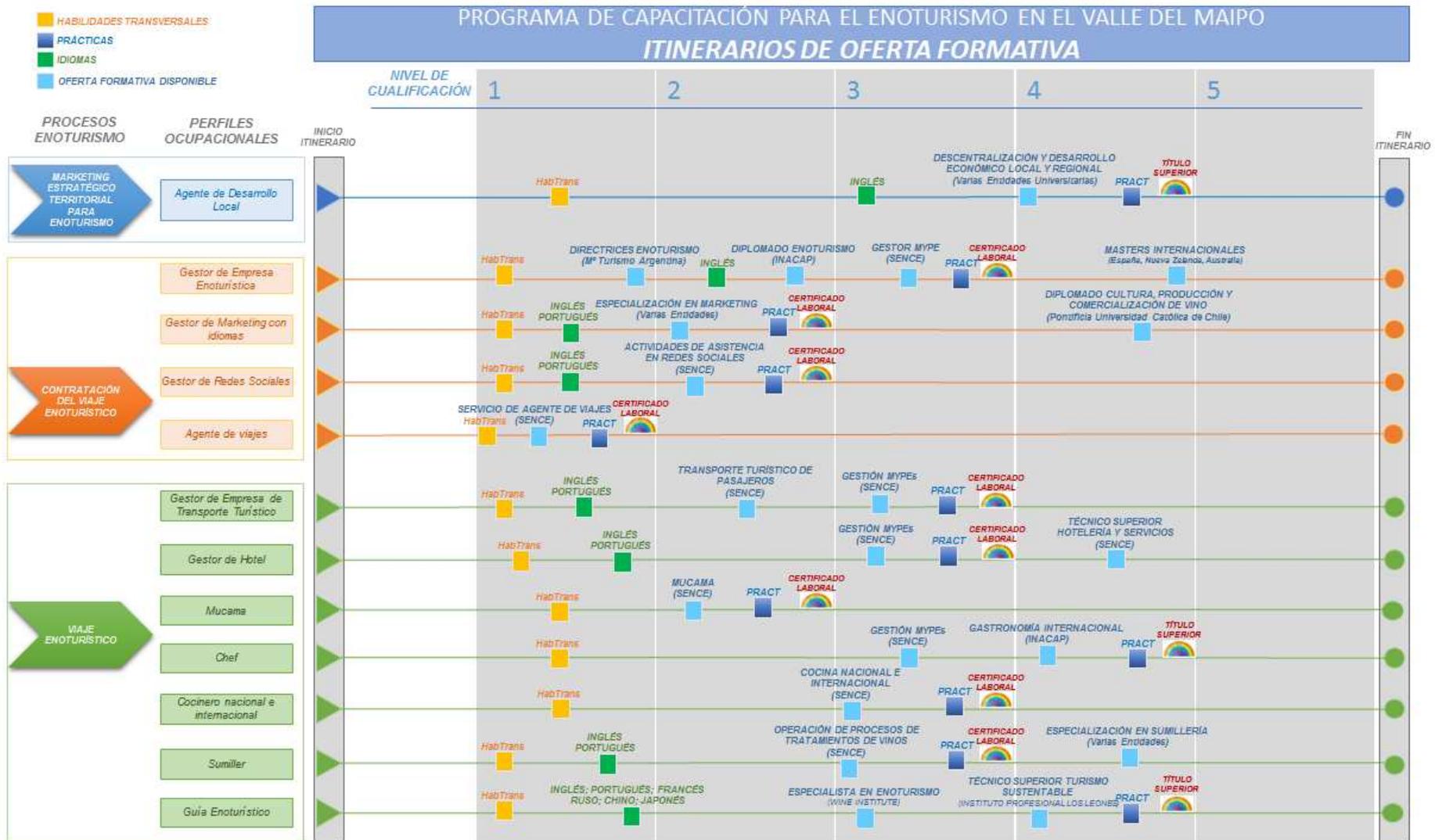
Una vez elaborados estos Itinerarios Formativos, se observan *brechas* entre la oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar de cada perfil ocupacional. Estas brechas están centradas esencialmente en el ámbito de la especialización específica en el campo de la gestión, la innovación, la comercialización y la utilización de tecnologías para el desarrollo del negocio enoturístico. También para formar a Guías Enoturísticos.

A continuación, se presenta una representación gráfica de los Itinerarios de Oferta Formativa relacionados con el enoturismo del Valle del Maipo.

¹³ <http://www.chilevalora.cl/wp-content/uploads/2016/06/Catologo-de-Competencias.pdf>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo



Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Finalmente, el calendario de cursos a realizar ha de aprovechar la oportunidad de ponerse en marcha en el corto plazo, con la finalidad de conseguir un impacto inmediato en el capital humano local y en las empresas del enoturismo, que les ayude a afrontar los requerimientos competitivos que tienen en la actualidad.

En este contexto, el presente Informe presenta una *propuesta de calendario de cursos* que tienen el potencial de realizarse, tanto durante el período de este proyecto piloto hasta Diciembre de 2017, como en el mediano y largo plazo. Adicionalmente, con la finalidad de atender lo que tienden a demandar las empresas del sector enoturístico en materia de lugar de celebración de las acciones formativas, los cursos deben ser realizados en la medida de lo posible en el propio Valle del Maipo.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	2017
		DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	INACAP	2017-2020
	GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
		DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
	GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	SENCE	2017-2018
	AGENTE DE VIAJES	SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES	SENCE	2017-2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	SENCE	2017-2018
		GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
	GESTOR DE HOTEL	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	INACAP	2017-2020
	MUCAMA	MUCAMA	SENCE	2017-2018
	CHEF	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		GASTRONOMÍA INTERNACIONAL	INACAP	2017-2020
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	SENCE	2017-2018
	SUMILLER	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	Varios Centros Educativos	2017-2020
		OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	SENCE	2017-2018
	GUÍA ENOTURÍSTICO	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	2017-2020
		ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	WINE INSTITUTE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	SENCE	2017-2018
		GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
	GESTOR DE HOTEL	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	INACAP	2017-2020
	MUCAMA	MUCAMA	SENCE	2017-2018
	CHEF	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		GASTRONOMÍA INTERNACIONAL	INACAP	2017-2020
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	SENCE	2017-2018
	SUMILLER	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	Varios Centros Educativos	2017-2020
		OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	SENCE	2017-2018
	GUÍA ENOTURÍSTICO	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	2017-2020
		ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	WINE INSTITUTE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

**ANEXO 1/ CONCLUSIONES DE
PRIORIZACIÓN DEL MAPA DE
OCUPACIONES, MAPA DE
COMPETENCIAS Y MAPA DE
CAPACITACIÓN ESTABLECIDAS
EN LAS MESAS DE CONTRASTE
CELEBRADAS EL 26 DE JULIO DE
2017 EN VIÑA SANTA RITA**

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Los resultados obtenidos a partir de la revisión y participación de las empresas del valle que participaron en la mesa de contraste arrojan resultados interesantes en relación a las ocupaciones, competencias y capacidades deseables para la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo.

PRIORIZACIÓN MAPA OCUPACIONAL

Las ocupaciones más valoradas son: Gestor de Empresa Enoturística, con idiomas, Agente de Desarrollo Local y el Guía Enoturístico, a los que se ha asignado una priorización para su implementación entre los años 2017 y 2018. A estas ocupaciones le siguen en prioridad las asociadas a la contratación del viaje enoturístico como al desarrollo del mismo, con prioridad para su implementación hacia el 2019.

Dentro de las justificaciones que validan esta priorización destacan que corresponden a roles/funciones claves del negocio en las que se interactúa con clientes internos (responsables de los servicios) como externos (turistas), lo que permite abordar y transmitir la complejidad de la cadena turística, lo que resulta fundamental para el desarrollo del destino y el encadenamiento de la oferta.

El siguiente cuadro muestra los resultados del trabajo y justificación de la priorización realizada por los asistentes:

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	PERFILES OCUPACIONALES CONSIDERADOS PRIORITARIOS	VALORAR EL NIVEL DE PRIORIDAD DE LAS OCUPACIONES <small>(1 no prioritario y 5 muy prioritaria)</small>	JUSTIFICACIÓN	PLAZO IMPLEMENTACIÓN <small>(2017 – 2018 – 2019 – 2020)</small>
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Gestor de Empresa Enoturística, con idiomas</i>	5	Relaciona con todas las áreas del negocio, como también con clientes internos y externos. Permite transmitir la complejidad de la cadena turística	2017 - 2018

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA ENOTURISMO	<i>Agente de Desarrollo Local</i>	4,7	Necesario para el desarrollo del destino, encadenar la oferta, y apoyar el sentido de pertenencia relevando lo local. Apoya a demás a la empleabilidad. Apoyo a la articulación público-privada.	2017 - 2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	Guía Enoturístico	4,5	Clave en la experiencia de visita, debe contar con conocimientos del producto y de la zona, y resulta clave para la integración.	2017 - 2018
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Técnico de Marketing con idiomas</i>	4,5	Marketing que apoya el diseño de una visión conjunta para el desarrollo del destino/producto	2018
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Técnico de Redes Sociales</i>	4,5	Clave para conocer al cliente, y debe siempre ir un paso antes para seducir y captar audiencias.	2018
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Agente de viajes</i>	4,5	Organizador, reservas y promoción	2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Gestor de Empresa de Transporte Turístico</i>	4,5	Clave en el sentido que es el primer acercamiento al destino/producto, por lo tanto, debe manejar información general pero certera de la zona y sus posibilidades de visita	2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Gestor de Hotel</i>	4,5	Lo mismo anterior, además de la hospitalidad y comodidades para el turista que correspondan a lo que se ofreció o prometió.	2018

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Mucama</i>	4	Son roles fundamentales, buen servicio, buen trato, amabilidad, buen estándar	2019
VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Chef</i>	4		
VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Cocinero nacional e internacional</i>	4		
VIAJE ENOTURÍSTICO	<i>Sumiller</i>	4		

PRIORIZACIÓN MAPA COMPETENCIAS

A nivel de competencias priorizadas para la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo, se observa una tendencia a considerar prioritarias las siguientes competencias profesionales, de acuerdo a los resultados de la mesa de contraste:

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	VALORAR EL NIVEL DE PRIORIDAD DE LAS COMPETENCIAS (nivel de prioridad 1 nada prioritario y 5 muy prioritaria)
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	INGLÉS	4,0
	HABILIDADES INTERPERSONALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	5,0
	ALTO NIVEL DE SERVICIO	4,7
	EMPATÍA	5,0
	ENOLOGÍA	3,6
	PORTUGUES	3,9
GESTIÓN DEL NEGOCIO	CONOCIMIENTO DE GESTIÓN DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS EN CHILE, Y EL RESTO DEL MUNDO	4,9
	LIDERAZGO	3,9
	GESTIÓN DE VENTAS	4,6
INNOVACIÓN	CONOCIMIENTOS DE VINO	4,1
	MEJORA DEL SERVICIO	4,5
	INGLÉS	3,6
	CONOCIMIENTOS DE HISTORIAS LOCALES	4,1

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	CONOCIMIENTOS DE TURISMO	3,9
	CREATIVIDAD	4,7
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	GESTIÓN DE REDES SOCIALES	4,6
	MARKETING DIGITAL	4,9
COOPERACIÓN EN RED	CAPACIDADES, HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DE LOS NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS DEL ENTORNO LOCAL	3,6
	DEFINICIÓN, ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL	4,3

Las prioridades competencias requeridas se relacionan con habilidades interpersonales de atención al cliente y la empatía con valoración 5, seguidas de conocimiento de gestión de negocios enoturísticos en Chile, y el resto del mundo, marketing digital, alto nivel de servicio y creatividad, con valoraciones de 4,9 y 4,7. Lo anterior refleja la necesidad de conectar con las necesidades y demandas de los clientes actuales, que buscan experiencias diferenciadas, memorables y entretenidas.

Todas las valoraciones distinguen una necesidad de mejorar el servicio que actualmente se ofrece en el valle del Maipo, a través de mejorar conocimientos y habilidades del personal de contacto, como a su vez, conectar mejor y directamente con los clientes.

Algunas competencias que resultan curiosas se relacionan con el manejo de idiomas (inglés y portugués), ya que obtienen valoración media, a pesar de que son consideradas como capacidades básicas de manejar. La justificación de este resultado es que el personal con que actualmente cuentan las viñas de la zona o que eventualmente contratan debe cumplir con el requisito de manejo de idiomas. Si se ha señalado como necesidad de mejorar estas capacidades buscando niveles más avanzados.

PRIORIZACIÓN MAPA CAPACIDADES

Los resultados en este ámbito conectan totalmente con lo priorizado anteriormente.

Aquí lo clave resulta mejorar capacidades en el manejo de idiomas, pero en niveles medios y avanzados, seguido de una marcada prioridad en todos los aspectos de contacto con clientes (contratación del viaje y desarrollo del mismo), todo en la perspectiva de lograr un alto grado de servicio. Aquí factores como la empatía figuran dentro de lo que se debe abordar con los equipos de trabajo.

Destacan distintas formas y/o metodologías que permitirían facilitar la participación y el aprendizaje. Dentro de lo destacado, se indica la necesidad de realizar cursos, talleres o seminarios prácticos, con técnicas como juegos de roles, confección de manuales con ejemplos de casos reales y distintas técnicas aplicables, esto permitiría fijar de mejor forma los contenidos y habilidades deseables. Lo anterior sólo se consigue con mucha práctica.

Se menciona con mucha frecuencia que los cursos/talleres sean realizados en la zona y/o lugar de trabajo, ya que facilitaría el acceso y participación, considerando horarios que no coincidan con las visitas programadas.

Se ha valorado también la necesidad de conectar con los actores del entorno para conocerse mejor y poder establecer vínculos o alianzas de trabajo, identificando como ente clave la figura del gestor local y los municipios.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ÁMBITOS DEL NEGOCIO ENOTURÍSTICO	TENDENCIAS DE COMPETENCIAS CONSIDERADAS PRIORITARIAS	OFERTA FORMATIVA EXISTENTE RELACIONADA CON EL ENOTURISMO	POTENCIALMENTE	T	INICIATIVAS DE CAPACITACIÓN A DESARROLLAR PARA ABORDAR LAS DEMANDAS	
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	INGLÉS	• Atención y orientación al cliente (mod 2: inglés técnico básico)		10	Inglés avanzado en atención y orientación al cliente, pero aplicado a cada necesidad, o área específica; Podría ser mixto, e-learning y presencial que permita práctica e interacción; Inglés avanzado; e intermedio; Cursos presenciales, ideal 6 horas a la semana; Para emprendedores rurales de enoturismo (guías, gastronómicos, artesanos... presencial); Principalmente para viñas, tour operadores y guías de turismo; Debe ser considerado como un soporte permanente; Presencial, cursos grupales con énfasis en la conversación	
		• Informador turístico (mod 3: inglés básico para actividades turísticas)		5		
		• Conductor de transporte (mod 4: inglés para servicios de información)		1		
		• Inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa		0		
		• Inglés oral y escrito aplicado a la descripción de productos y servicios		9		
		• Desarrollo de competencias del inglés para los negocios		3		
	HABILIDADES INTERPERSONALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	• Atención y orientación al cliente		7		Incluir juegos de roles, talleres aplicados, mucha práctica; incluir temáticas de resolución de conflictos; Desarrollar manuales de procedimientos y sugerencias ante situaciones cotidianas y excepcionales; Desarrollar jornadas de trabajo en las empresas; Manual de habilidades deseables o a desarrollar; Desarrollo de habilidades básicas de comunicación para
		• Informador turístico		6		
		• Agente de viajes		4		
		• Habilidades comunicacionales para atención al cliente en forma efectiva		7		
		• Técnicas de atención comercial		5		

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

		• Técnicas de atención de público	5	emprendedores locales - transversalidad; Principalmente orientado a los servicios turísticos; Presentación de estrategias para escenario diferentes
		• Técnicas de atención al cliente	5	
	ALTO NIVEL DE SERVICIO	• Atención al cliente	8	Incluir juegos de roles, talleres aplicados, mucha práctica;; Desarrollar manuales de procedimientos y sugerencias ante situaciones cotidianas y excepcionales; manuales de protocolo, con actividades practicas con simulación de casos; Jornadas de trabajo, con cada empresa ; Competencias aplican a todos los servicios turísticos; aprender a escuchar la demanda del turista; generación experiencias memorables
		• Informador turístico	7	
		• Agente de viajes	6	
		• Técnicas en comercio exterior	3	
		• Aplicación de técnicas de liderazgo y empoderamiento	4	
		• Técnicas para el servicio de excelencia al cliente	8	
	EMPATÍA	• -	4	Jornadas de trabajo, con cada empresa, conciencia turística en lugar de trabajo; diseño experiencias
	ENOLOGÍA	• Operador de tratamientos de vino	2	Formación pedagógica, ya que son temas bastante técnicos; cursos técnicos en general de forma semipresencial; presencial; cursos cortos de cata de vino + conciencia turística en lugar de trabajo; sumillería, técnicas y didácticas; Jornadas cada 2 meses; presenciales en las viñas; considerar intercambio de experiencias entre viñas; incluir habilidades de narración de historias que permitan mantener interés de
		• Operador de vinificación	3	
		• Operario de manejo de viñedos	4	
		• Aplicación de técnicas de cata de vino	10	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

				audiencias;
	PORTUGUES	• -	5	e-learning; cursos de 3 días a la semana; con énfasis en aspectos de comunicación
GESTIÓN DEL NEGOCIO	CONOCIMIENTO DE GESTIÓN DE NEGOCIOS ENOTURÍSTICOS	• Estrategia para la comercialización y atención de clientes en sector ENOTURISMO	5	Herramientas informáticas, ofimática; Word, Excel, e-learning Big data;
		• Vendedor en tiendas por departamento	2	Diplomados, con jornadas presenciales, impartidos en universidades/institutos
	EN CHILE, AMÉRICA LATINA, EUROPA, AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA Y ESTADOS UNIDOS	• Administración avanzada de bodega y control eficiente de inventario	2	
		• Técnicas en el comercio exterior	2	
		• Tesorería Presupuestos	3	
		• Planificación, control y gestión de proyectos	4	
	LIDERAZGO	• Aplicación de técnicas de liderazgo y empoderamiento	2	Impartidos en lugar de trabajo; para emprendedores; considerar actividades de coaching
		• Coaching empresarial	6	
		• Líder coaching	1	
	GESTIÓN DE VENTAS	• Estrategias para la comercialización y atención de clientes en sector ENOTURISMO	3	marketing, estratégico, marketing digital; marketing comercial, y pag web;
• Vendedor en tiendas por departamento		2	Revenue Management;	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

		<ul style="list-style-type: none"> Excel aplicado a los negocios y administración 	4	Herramientas de innovación (CANVAS para cada empresa); Innovación de procesos; Todos modalidades presencial y/o e-learning
		<ul style="list-style-type: none"> Curso de administración de bodegas y manejo de inventarios 	2	
		<ul style="list-style-type: none"> Tesorería 	2	
		<ul style="list-style-type: none"> Presupuestos 	2	
		<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de ventas 	3	
INNOVACIÓN	CONOCIMIENTOS DE VINO	<ul style="list-style-type: none"> Operador de tratamientos de vino 	2	Impartidos en lugar de trabajo y a cargo de historiadores
		<ul style="list-style-type: none"> Operador de vinificación 	2	
		<ul style="list-style-type: none"> Operario de manejo de viñedos 	2	
	MEJORA DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Barman 	3	teórico - práctico; Generar servicios diferenciados que resalten el producto
	INGLÉS	<ul style="list-style-type: none"> Inglés aplicado a la comunicación laboral en la empresa 	1	Inglés técnico para enoturismo, conceptos; tour operadores y guías de turismo; Lectura avanzada y comprensión oral
		<ul style="list-style-type: none"> Inglés oral y escrito aplicado a la descripción de productos y servicios 	6	
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de competencias del inglés para los negocios 	3	
	CONOCIMIENTOS DE HISTORIAS	<ul style="list-style-type: none"> - 	7	plan de visitas para conocerse entre los actores del destino; curso sobre identidad y cultura del entorno; desarrollo de habilidades

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	LOCALES			narrativas
	CONOCIMIENTOS DE TURISMO	• Atención y orientación al cliente (mod 2: inglés técnico básico)	3	Conocimiento de las cadenas de comercialización del sector.; conciencia turística;
		• Informador turístico (mod 3: inglés básico para actividades turísticas)	3	Actividades en el lugar de trabajo;
		• Conductor de transporte (mod 4: inglés para servicios de información)	2	que sean capaces de hacer vivir experiencias a los turistas;
	CREATIVIDAD	• -	1	desarrollo del concepto del viaje e inmersión en la cultura a nivel local
COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	GESTIÓN DE REDES SOCIALES	• Actividades en asistencia en redes sociales	4	marketing digital y sitios web, sistemas e-learning; mantener el foco en el objetivo del negocio
	MARKETING DIGITAL	• Actividades en asistencia en redes sociales	4	medición de la actividad, datos del sector, ROI; uso de redes según focalización de clientes
COOPERACIÓN EN RED	CAPACIDADES, HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DE LOS NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS DEL ENTORNO LOCAL	• Operador de tratamientos de vino	1	Plan de visitas
		• Operador de vinificación	1	Formación de guías de turismo con historias locales asociadas al enoturismo; Potenciar una mirada de desarrollo local y sistémica, antes que centrada en el propio negocio.
		• Operario de manejo de viñedos	1	
	DEFINICIÓN,	• Evaluación de proyectos	2	

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL	<ul style="list-style-type: none">Planificación, control y gestión de proyectos	2	
--	---	---	---	--

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 395
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 6/ SUMARIO EJECUTIVO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

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

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

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

***ITINERARIOS FORMATIVOS PARA EL
CAPITAL HUMANO DEL ENOTURISMO EN
EL VALLE DEL MAIPO***

SUMARIO EJECUTIVO

infyde iD

Julio 2017

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

SUMARIO EJECUTIVO

A continuación, se presentan algunas **conclusiones** sobre los perfiles ocupacionales que se tienden a demandar para el enoturismo en el Valle del Maipo, así como sobre la oferta formativa existente para desarrollar itinerarios formativos del capital humano local adecuados a las demandas de las empresas.

Un **Programa de Capacitación** dirigido específicamente al sector enoturístico ha de tomar en consideración, entre otros, los siguientes puntos de partida.

En primer lugar, resulta prioritario transferir competencias al capital humano para conseguir avances competitivos de las empresas enoturísticas del Valle del Maipo al menos en los siguientes ámbitos:

- Mejorar la Calidad de los productos y servicios enoturísticos.
- Favorecer la gestión y la diversificación de los productos y servicios enoturísticos.
- Potenciar la innovación.
- Aumentar la internacionalización de turismo del vino del valle.
- Promover la asociatividad y la cooperación entre viñedos y agentes de oferta complementaria para fortalecer el destino del turismo del vino local.

Adicionalmente, la oferta formativa que se diseñe y se ponga a disposición del capital humano ha de reunir las siguientes características:

- Oferta formativa con **contenidos adecuadamente orientados al enoturismo.**
- Oferta formativa con una **programación adecuada, en horarios, lugares de impartición cercanos al entorno local, y nivel de**

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

contenidos, que facilite su aprovechamiento al capital humano autóctono que reside en el Valle del Maipo.

- **Oferta formativa dual**, que integre de manera coherente los contenidos teóricos y prácticos en el aula, junto con las prácticas en las propias empresas.
- Oferta formativa con titulaciones oficiales que faciliten al capital humano la obtención de **certificados profesionales que reconozcan de manera oficial su nivel de cualificación** para el ejercicio de profesiones en el sector del enoturismo.

El Programa de Capacitación también ha de **adecuarse al marco nacional vigente en materia de formación y empleo**.

En especial, sus contenidos han de ser coherentes y contribuir al desarrollo de normativas como el **Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral** y el **Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales**, entre otros.

El presente *Programa de Capacitación para el enoturismo del Valle del Maipo*, parte de la base del análisis de la *cadena de valor* del enoturismo, que incluye por *tres procesos clave*, que son:

- el *marketing estratégico territorial para el enoturismo*,
- la *contratación del viaje enoturístico*, y
- el *desarrollo del propio viaje de turismo del vino*.

Cada uno de estos grandes procesos está integrado por un conjunto de sub-procesos clave, para los que se definen unos perfiles ocupacionales cada uno de ellos con su correspondiente nivel de cualificación, tal y como se presenta en la siguiente tabla.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

CADENA DE VALOR ENOTURISMO CHILE		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	PLANIFICACIÓN POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	MEJORA EN LA GESTIÓN / INNOVACIÓN
		GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		GESTOR DE REDES SOCIALES	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		AGENTE DE VIAJES	1	INTERNACIONALIZACIÓN
VIAJE ENOTURÍSTICO	TRANSPORTE A DESTINO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	3	MEJORA DE LA CALIDAD
	ALOJAMIENTO	GESTOR DE HOTEL	3	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		MUCAMA	2	MEJORA DE LA CALIDAD
	GASTRONOMÍA	CHEF	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
		COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	3	MEJORA DE LA CALIDAD
		SUMILLER	3	MEJORA DE LA CALIDAD
PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN	
VISITA A VIÑEDOS				

Fuente: elaborado por Infyde

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En cuanto a los *Perfiles Ocupacionales* identificados en este proyecto que se presentan en la tabla anterior, se observa que *las empresas del sector enoturístico del Valle del Maipo tienden a demandar capital humano residente en el entorno del propio valle*, ya que se están encontrando en la actualidad con dificultades para encontrar profesionales con la cualificación adecuada que quieran trabajar en los negocios enoturísticos en el valle.

El trabajo turístico en los viñedos no resulta suficientemente rentable para trabajadores residentes en Santiago capital. Por ello, las empresas del sector tienden a demandar la contratación de profesionales residentes en las comunas integrantes del valle.

Sin embargo, se observa una brecha entre las demandas de profesionales con competencias adecuadas (idiomas, habilidades blandas, conocimientos de vino y del negocio del sector turístico) que manifiestan las empresas, y el perfil de competencias que presentan en la actualidad los trabajadores residentes en el valle.

Por ello, el diseño de los perfiles ocupacionales ajustados a las necesidades del enoturismo *tienen una utilidad socio económica*, orientada a:

- Formar y cualificar en profesiones de futuro a trabajadores residentes en el Valle del Maipo.
- Ayudar a las empresas enoturísticas a impulsar su evolución competitiva en el mercado global.
- Orientar los itinerarios formativos para formar a trabajadores residentes en el valle, y capacitar a profesionales potencialmente demandados por el enoturismo de la comarca.
- Reducir las brechas entre el nivel de cualificación de los profesionales locales que quieren trabajar en el valle, y las empresas enoturísticas que quieren evolucionar competitivamente en el mercado global.

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Por su parte, los *Itinerarios Formativos* diseñados en este Programa de Capacitación, persiguen presentar la oferta formativa existente en la actualidad disponible para avanzar en el nivel de cualificación del capital humano en cada uno de los perfiles profesionales relacionados con el enoturismo.

Así, los itinerarios presentan potenciales *Acciones Formativas* que las personas de cada perfil profesional tienen la oportunidad de realizar para avanzar en su nivel de cualificación y para avanzar hacia la potencial obtención de un Certificado Laboral o incluso una Titulación Universitaria.

Cada una de las Acciones Formativas de los Itinerarios, ha tener su propio reconocimiento de nivel de cualificación. Por ello, para conseguir, o bien alguno de los certificados disponibles en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, o bien una Titulación Universitaria, no resulta obligatoria la realización de todas las acciones formativas que se presentan en los siguientes Itinerarios.

Adicionalmente, se tiende a necesitar capacitación en materia de Habilidades Transversales en todos los perfiles ocupacionales del sector. Existe una amplia variedad de oferta formativa en materia de *Módulos Formativos de habilidades transversales*. Por ello, los contenidos de cada una de las habilidades transversales propuestas para cada perfil, son los establecidos en el *Catálogo de Competencias Transversales para la Empleabilidad¹* del *Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales*.

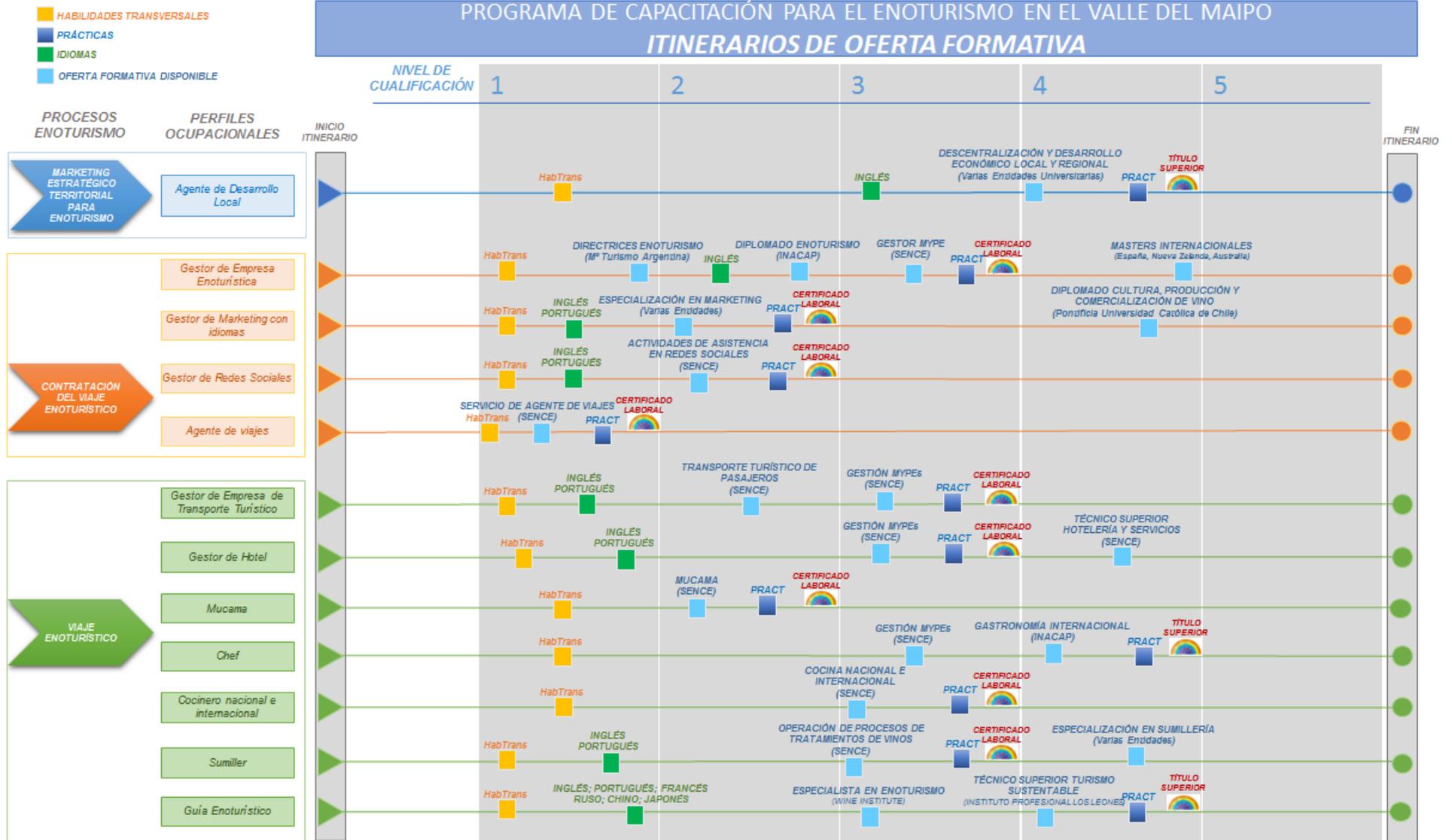
Una vez elaborados estos Itinerarios Formativos, se observan *brechas* entre la oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar de cada perfil ocupacional. Estas brechas están centradas esencialmente en el ámbito de la especialización específica en el campo de la gestión, la innovación, la comercialización y la utilización de tecnologías para el desarrollo del negocio enoturístico. También para formar a Guías Enoturísticos.

A continuación, se presenta una representación gráfica de los Itinerarios de Oferta Formativa relacionados con el enoturismo del Valle del Maipo.

¹ <http://www.chilevalora.cl/wp-content/uploads/2016/06/Catologo-de-Competencias.pdf>

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo



Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Finalmente, el calendario de cursos a realizar ha de aprovechar la oportunidad de ponerse en marcha en el corto plazo, con la finalidad de conseguir un impacto inmediato en el capital humano local y en las empresas del enoturismo, que les ayude a afrontar los requerimientos competitivos que tienen en la actualidad.

En este contexto, el presente Informe presenta una *propuesta de calendario de cursos* que tienen el potencial de realizarse, tanto durante el período de este proyecto piloto hasta Diciembre de 2017, como en el mediano y largo plazo. Adicionalmente, con la finalidad de atender lo que tienden a demandar las empresas del sector enoturístico en materia de lugar de celebración de las acciones formativas, los cursos deben ser realizados en la medida de lo posible en el propio Valle del Maipo.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	2017
	GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO	DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	INACAP	2017-2020
		ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
		DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	2017-2020

Programa de Capacitación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
	GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	SENCE	2017-2018
	AGENTE DE VIAJES	SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES	SENCE	2017-2018
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	SENCE	2017-2018
		GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
	GESTOR DE HOTEL	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	INACAP	2017-2020
	MUCAMA	MUCAMA	SENCE	2017-2018
	CHEF	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE	2017-2018
		GASTRONOMÍA INTERNACIONAL	INACAP	2017-2020
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	SENCE	2017-2018
	SUMILLER	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	Varios Centros Educativos	2017-2020
		OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	SENCE	2017-2018
	GUÍA ENOTURÍSTICO	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	2017-2020
		ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	WINE INSTITUTE	2017-2020

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias*405
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 7/ PRESENTACIÓN EN POWER POINT DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN



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

ITINERARIOS FORMATIVOS Julio 2017





1

METODOLOGÍA

infyde 

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

HERRAMIENTAS

RESULTADOS

50 entrevistas a:

- empresas del sector enoturístico y de la oferta complementaria,
- a los sectores afines,
- a empresas TIC y
- a centros de formación y capacitación.

Realización de 4 Mesas de trabajo

- Tres primeras contraste de Mapas
- Cuarta para organizar y promover la cooperación entre empresas

Herramienta de diagnóstico on-line

- Determinar ocupaciones, competencias requeridas y necesidades de formación.
- Software libre.
- Resultado del proyecto piloto.

R2

Herramienta de Diagnóstico "on-line"

- Identificar las necesidades de formación (conocimientos y capacidades) asociadas a las competencias requeridas.

R1

Mapa Ocupacional

- Se identifican las ocupaciones de las empresas que integran la cadena de valor del sector.

R3

Mapa Competencial

- Se identificará el perfil profesional que se adecue a cada una de las ocupaciones.

R4

Mapa de Capacitación

- Se identificarán las carencias formativas existentes.





HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

HERRAMIENTAS

RESULTADOS



Itinerarios de Capacitación

R5

Programa de Formación en Red

- Temas de calidad, innovación, gestión, comercialización e internacionalización, y habilidades para la cooperación.
- 2 Cursos de Capacitación.



Promoción del Asociacionismo

R6

Plan de Promoción del Asociacionismo

- Proyectos de cooperación entre empresas.

Gira Tecnológica a Mendoza

R7-R9

Gira Tecnológica a Mendoza

- Conocimiento y promoción de Acuerdos binacionales.
- Gira de 3 días de duración

TRABAJO
SOBRE EL
TERRENO

Sistema de Gestión de negocios enoturísticos

R11-R12

Evaluación y Sistema de Acreditación

MARCO NACIONAL

MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES

SISTEMA NACIONAL DE CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

NIVEL	DESCRIPCIÓN	CREDENCIALES DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	
		FORMACIÓN	CERTIFICACIÓN
1	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos de baja complejidad, ejecutando tareas rutinarias, con supervisión de su trabajo y baja autonomía	Certificado de Formación Laboral 1 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 1 (Chilevalora)
2	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones de complejidad media, dentro de un ámbito laboral y/o estudio delimitado con supervisión de su trabajo y poca autonomía	Certificado de Formación Laboral 2 (SENCE) Técnico Nivel Medio (Educación Media) (*)	Certificado de competencias laborales 2 (Chilevalora)
3	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones complejas en un área delimitada dentro de un sector productivo con supervisión asociada a parámetros y autonomía para la implementación de rutinas	Certificado de Formación Laboral 3 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 3 (Chilevalora)
4	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones que integran elementos teóricos y técnicos, pudiendo tener responsabilidades en la coordinación de equipos en un área de trabajo y/o estudio y con rangos amplios de autonomía.	Técnico Nivel Superior (Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 4 (Chilevalora)
5	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos en donde aplican conocimientos amplios y coherentes, con responsabilidad por la gestión de iniciativas y proyectos con diversas variables y escenarios, en uno o más contextos específicos de área de trabajo y/o estudio con alta autonomía.	Título Profesional Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 5 (Chilevalora)

Unidades de Competencias Laborales

Perfiles Ocupacionales

Mapas de Proceso

Rutas Formativas Laborales

CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

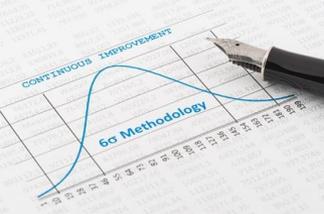
PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO



2

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

infyde 



MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL ENOTURÍSTICO



Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red



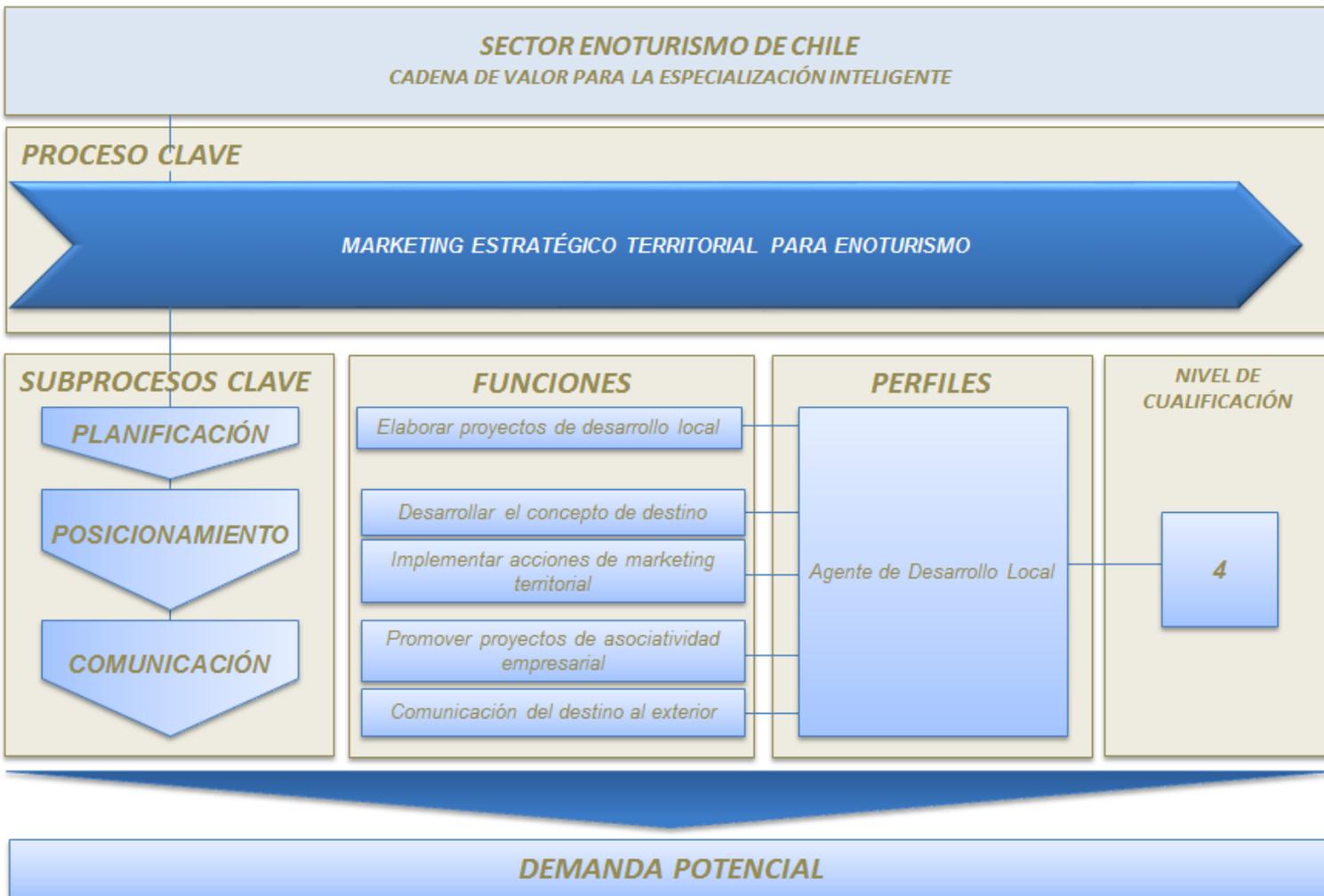
3

PERFILES OCUPACIONALES PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO





PERFILES OCUPACIONALES



Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

PERFILES OCUPACIONALES



SECTOR ENOTURISMO DE CHILE
CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE

PROCESO CLAVE



SUBPROCESOS CLAVE



FUNCIONES

- Diseñar y gestionar nuevos productos turísticos
- Vender productos y servicios turísticos
- Gestionar aplicaciones de Redes Sociales
- Realizar seguimiento y fidelización de clientes turistas
- Gestionar reservas

PERFILES

- Gestor de empresa enoturística
- Gestor de marketing con idiomas
- Gestor de Redes Sociales
- Agente de viajes

NIVEL DE CUALIFICACIÓN

- 3
- 2
- 2
- 1

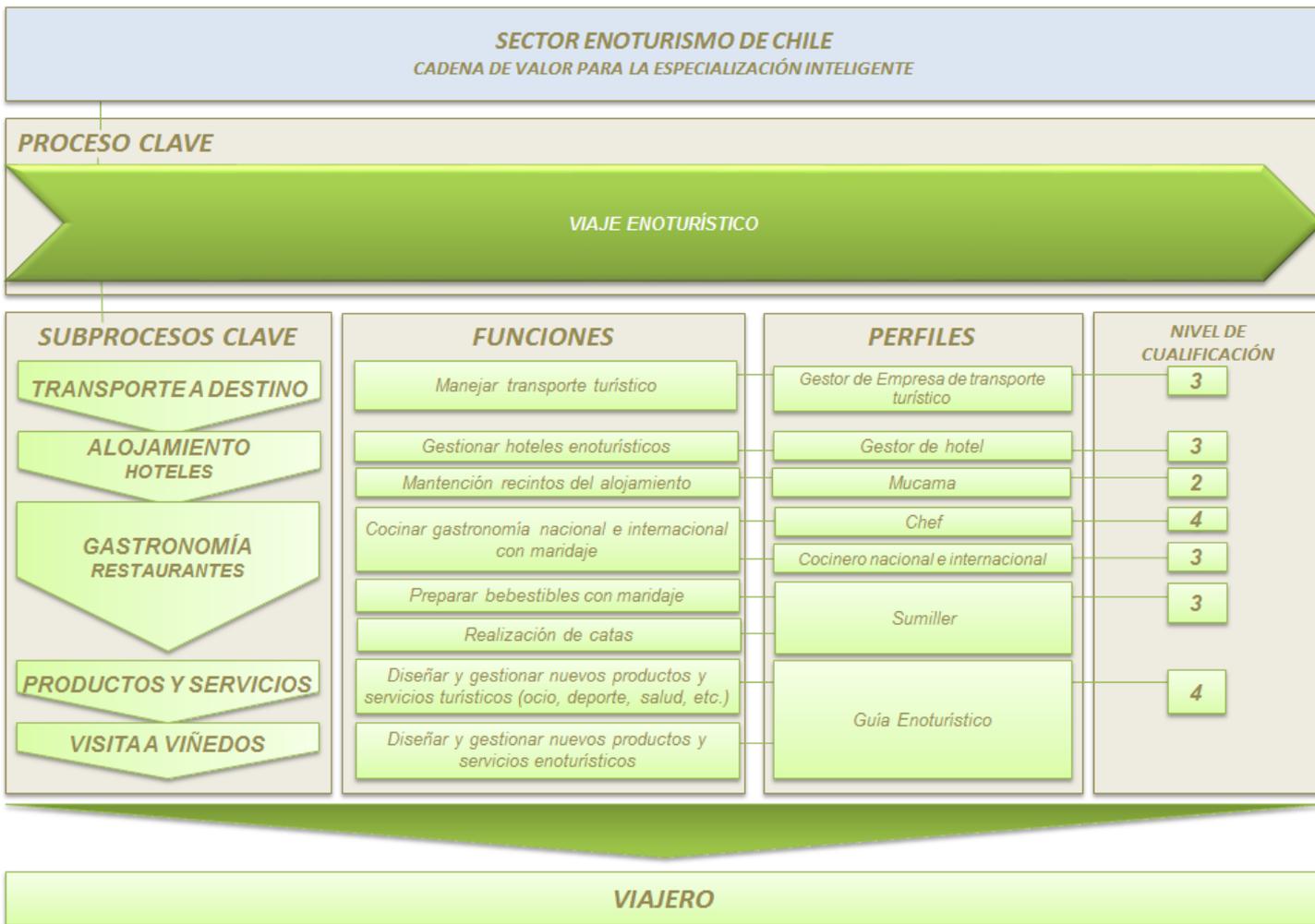
CLIENTE

Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red



PERFILES OCUPACIONALES



Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

PERFILES OCUPACIONALES



Etapa 4

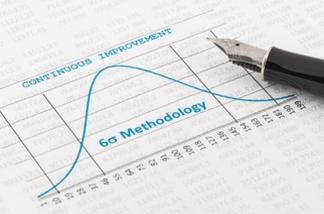
- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

CADENA DE VALOR		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	PLANIFICACIÓN POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	MEJORA EN LA GESTIÓN / INNOVACIÓN
		GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		GESTOR DE REDES SOCIALES	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		AGENTE DE VIAJES	1	INTERNACIONALIZACIÓN
VIAJE ENOTURÍSTICO	TRANSPORTE A DESTINO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	β	MEJORA DE LA CALIDAD
	ALOJAMIENTO	GESTOR DE HOTEL MUCAMA	3	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
			2	MEJORA DE LA CALIDAD
	GASTRONOMÍA	CHEF COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL SUMILLER	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
			3	MEJORA DE LA CALIDAD
			3	MEJORA DE LA CALIDAD
PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN	
VISITA A VIÑEDOS				

4

ITINERARIOS FORMATIVOS

infyde **iD**



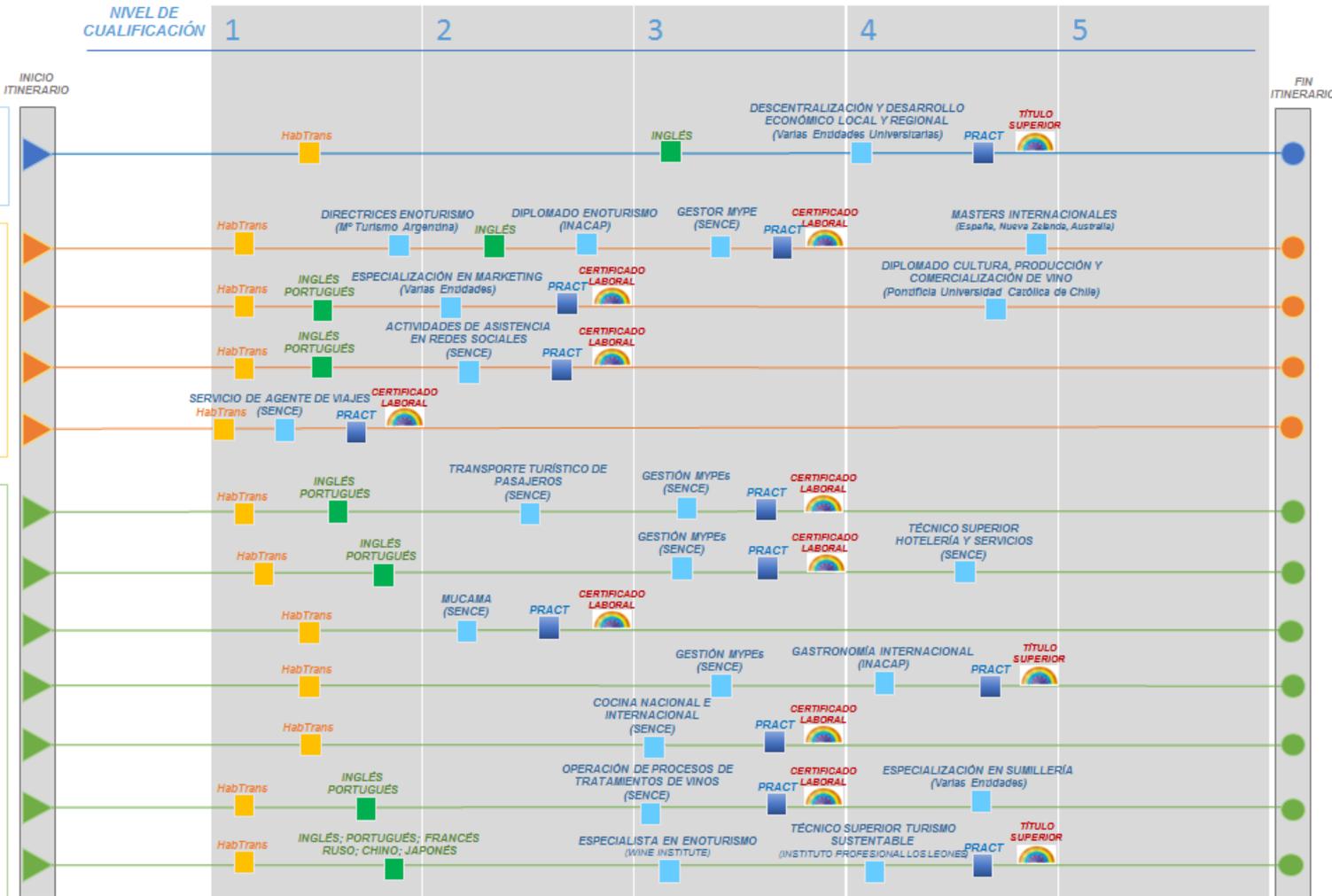
ITINERARIOS FORMATIVOS

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA

- HABILIDADES TRANSVERSALES
- PRÁCTICAS
- IDIOMAS
- OFERTA FORMATIVA DISPONIBLE

PROCESOS ENOTURISMO

PERFILES OCUPACIONALES



4

CALENDARIO DE ACCIONES FORMATIVAS

infyde **iD**

CALENDARIO ACCIONES FORMATIVAS



Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL	Varias Entidades Universitarias	2017-2020

CALENDARIO ACCIONES FORMATIVAS



Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO				
PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
		DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	2017
		DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	INACAP	2017-2020
	GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO	ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE	Varias Entidades Universitarias	2017-2020
		DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	2017-2020
	GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	SENCE / Chilevalora	2017-2018
	AGENTE DE VIAJES	SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES	SENCE / Chilevalora	2017-2018

CALENDARIO ACCIONES FORMATIVAS



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN ENOTURISMO VALLE DEL MAIPO

PROCESO	PLAN FORMATIVO	ACCIONES FORMATIVAS	ENTIDAD	CALENDARIO
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
		GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
	GESTOR DE HOTEL	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
		TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	INACAP	2017-2020
	MUCAMA	MUCAMA	SENCE / Chilevalora	2017-2018
	CHEF	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
		GASTRONOMÍA INTERNACIONAL	INACAP	2017-2020
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	SENCE / Chilevalora	2017-2018
	SUMILLER	ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA	Varios Centros Educativos	2017-2020
		OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS	SENCE / Chilevalora	2017-2018
GUÍA ENOTURÍSTICO	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	2017-2020	
	ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	WINE INSTITUTE	2017-2020	

Etapa 4

- Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

5

CONCLUSIONES

infyde **iD**

5

CONCLUSIONES

infyde **iD**

CONCLUSIONES

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

- Resulta prioritario transferir competencias al capital humano para conseguir avances competitivos de las empresas enoturísticas del Valle del Maipo al menos en los siguientes ámbitos:
 - Mejorar la Calidad de los productos y servicios enoturísticos.
 - Favorecer la gestión y la diversificación de los productos y servicios enoturísticos.
 - Potenciar la innovación.
 - Aumentar la internacionalización de turismo del vino del valle.
 - Promover la asociatividad y la cooperación entre viñedos y agentes de oferta complementaria para fortalecer el destino del turismo del vino local.

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



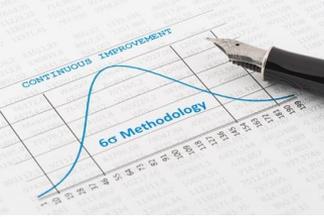
CONCLUSIONES

OFERTA FORMATIVA

- La oferta formativa que se diseñe y se ponga a disposición del capital humano ha de reunir las siguientes características:
 - Contenidos adecuadamente orientados al enoturismo.
 - Programación adecuada, en horarios, lugares de impartición cercanos al entorno local, y nivel de contenidos, que facilite su aprovechamiento al capital humano autóctono que reside en el Valle del Maipo.
 - Oferta formativa dual, que integre de manera coherente los contenidos teóricos y prácticos en el aula, junto con las prácticas en las propias empresas.
 - Titulaciones oficiales que faciliten al capital humano la obtención de certificados profesionales que reconozcan de manera oficial su nivel de cualificación para el ejercicio de profesiones en el sector del enoturismo.

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



CONCLUSIONES

MARCO NACIONAL DE FORMACIÓN Y EMPLEO

- El Programa de Capacitación también ha de adecuarse al marco nacional vigente en materia de formación y empleo.
- Sus contenidos han de ser coherentes y contribuir al desarrollo de normativas como
 - El Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral
 - Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros.

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



CONCLUSIONES

PERFILES OCUPACIONALES

- Las empresas del sector enoturístico del Valle del Maipo tienden a demandar capital humano residente en el entorno del propio valle,
 - Se están encontrando en la actualidad con dificultades para encontrar profesionales con la cualificación adecuada que quieran trabajar en los negocios enoturísticos en el valle.
- El trabajo turístico en los viñedos no resulta suficientemente rentable para trabajadores residentes en Santiago capital.
 - Las empresas del sector tienden a demandar la contratación de profesionales residentes en las comunas integrantes del valle.
- El diseño de los perfiles ocupacionales ajustados a las necesidades del enoturismo tienen una utilidad socio económica, orientada a:
 - Formar y cualificar en profesiones de futuro a trabajadores residentes en el Valle del Maipo.
 - Ayudar a las empresas enoturísticas a impulsar su evolución competitiva en el mercado global.
 - Orientar los itinerarios formativos para formar a trabajadores residentes en el valle, y capacitar a profesionales potencialmente demandados por el enoturismo de la comarca.
 - Reducir las brechas entre el nivel de cualificación de los profesionales locales que quieren trabajar en el valle, y las empresas enoturísticas que quieren evolucionar competitivamente en el mercado global.

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

CONCLUSIONES

BRECHAS

- Se observan brechas entre
 - la oferta formativa existente y
 - los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar de cada perfil ocupacional.
- Se observa una brecha entre
 - las demandas de profesionales con competencias adecuadas (idiomas, habilidades blandas, conocimientos de vino y del negocio del sector turístico) que manifiestan las empresas, y
 - el perfil de competencias que presentan en la actualidad los trabajadores residentes en el valle.
- Estas brechas están centradas esencialmente en el ámbito de la especialización específica enoturística en campos como:
 - La gestión,
 - La innovación,
 - La comercialización
 - La utilización de tecnologías para el desarrollo del negocio enoturístico
 - La formación a Guías Enoturísticos



Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades



CONCLUSIONES

CALENDARIO

- El calendario de cursos a realizar ha de
 - aprovechar la oportunidad de ponerse en marcha en el corto plazo,
 - con la finalidad de conseguir un impacto inmediato en el capital humano local y en las empresas del enoturismo,
 - que les ayude a afrontar los requerimientos competitivos que tienen en la actualidad.
- El calendario de cursos propone un despliegue
 - tanto durante el período de este proyecto piloto hasta Diciembre de 2017,
 - como en el mediano y largo plazo.
- Los cursos deben ser realizados en la medida de lo posible en el propio Valle del Maipo
 - con la finalidad de atender lo que tienden a demandar las empresas del sector enoturístico en materia de lugar de celebración de las acciones formativas.

Etapa 1

- Elaboración del Mapa Ocupacional, Mapa Competencial y Mapa de Capacidades

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias⁴³² requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 8/ PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

**OTIC DEL COMERCIO, SERVICIOS Y
TURISMO**
**SERVICIO NACIONAL DE CAPACITACIÓN
Y EMPLEO (SENCE)**
**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
(SERNATUR)**

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

***PLAN DE DIFUSIÓN Y
COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA
DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN***

infyde iD

Octubre 2017

Índice

1/ OBJETIVO	1
2/ ACTUACIONES	1
2.1/ DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A VIÑAS	1
2.1/ DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A OTROS	
AGENTES	3

1/ OBJETIVO

El objetivo del Plan consiste en dar a conocer los itinerarios y las acciones formativas a desarrollar a lo largo del proyecto.

2/ ACTUACIONES

2.1/ DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A VIÑAS

Para la convocatoria de los cursos de *“Guía enoturístico”* y *“Gestor de empresa enoturística”*, a ejecutar los días 7,8 y 9 de noviembre, se realizará un trabajo conjunto entre INFYDE, SENCE y SERNATUR de Región Metropolitana.

Se realizará el envío de un primer correo invitando a participar de estos cursos a 21 viñas con las cuales SERNATUR lleva un trabajo ya realizado.

Tras lo cual, se enviará correos a todos los convocados, se les contactará telefónicamente para volver a invitarlos, pedirles documentación faltante para completar el proceso o bien responder dudas sobre las inscripciones, etc.

A continuación, se presenta lista de viñas a invitar.

VIÑA	PERSONA	CARGO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	MAIL
Viña Santa Rita	Francisca Muñiz Viu	Gerente de Turismo	Apoquindo 3669, piso 6, Las Condes, Santiago. Camino Padre Hurtado 695, Buin	56 22362 2595	fmuniz@santarita.cl
Viña Concha y Toro	Leonardo García Guiu	Jefe de Operaciones	Av. Virginia Subercaseaux 210 Pirque	56 24765240	leonardo.garcia@vctchile.com
Viña Undurraga	Nora Gutierrez	Gerente de Turismo	Camino a Melipilla 34, Talagante	56 998394165 56 223722850	ngutierrez@gvp.cl

**PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE 2
FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN**

VIÑA	PERSONA	CARGO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	MAIL
Viña Tarapacá	Claudia Díaz	Jefe de Relaciones Públicas	Fundo El Rosario de Naltahua S/N, Isla de Maipo	56 22 8192785	cldiaz@vspt.cl
Viña Pérez Cruz	María José Concha	Jefe de Turismo	Gertrudis Echeñique 394, Las Condes. Fundo Liguai de Huelquén s7n, Paine	56 228242405 56 92509679	mjconcha@perezcruz.com
Viña Miraflores	Carmen Paz Bahamondes	Tourism and Hospitality Manager	Av. Jaime Guzmán 4500 (fundo Miraflores), Isla de Maipo	56 987768967	cpb@mirafloresorganico.cl
Viña Monte María	Iván Silva	Gerente	Parcela Doña Ester, San Miguel s/n. Autopista del Sol, Km 45, El Monte	56 998173834	ivan.silvalira@hotmail.com
Viña Doña Javiera	Juan Pablo Yavar	Product Manager	Fundo San Miguel s/n, El Monte	56 995424553	jyavar@donajaviera.cl jpyavar@donajaviera.cl
Viña Santa Carolina	Andrea Morris	Hospitality	Til Til 2228, Macul	56 224503172	amorris@santacarolina.cl
Viña Haras de Pirque	Anais Recine Gail Turner	Responsable enoturismo Jefa RRPP	Camino Macul s/n, 9480000, Pirque. Fundo La Rochuela s/n, Pirque	56 986623830	reservas@harasdepirque.com
Viña Aquitania	Eduardo Solminihac	Propietario	Avda. Consistorial 5090, Peñalolén.	56 22791 4500	eduardo@aquitania.cl
Viña Caviahue	María José Herrerros	Encargada viña	Av. Hugo Ortuzar 1653, Talagante	56 993385366	miherrerrosb@gmail.com
Viña Terramater	Karen Hoffmann	Encargada de turismo	Luis Thayer Ojeda 236, piso 6 Providencia. Av. Balmaceda 4900, Isla de Maipo	56 979775749	khoffmann@terramater.cl
Viña Ancora	Duilio Canepa	Dueño viña	Balmaceda s/n, La islita, Isla de Maipo	56 977930515	fundosauce@gmail.com
Viña Rukumilla	Angélica Grove	Encargada viña y temas turísticos	Camino a El Manzano, casa 21 – Lonquén, Isla de Maipo. Camino Carampangue con cruce Lonquén, Isla de Maipo	56 981992842	angelica@rukumilla.cl
Viña Chocalán	Victoria Soto	Encargada de turismo	Parcela 16, Sta. Eugenia de Chocalán,	56 224374763 569 78781609	turismo@chocalanwines.com

PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE 3 FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

VIÑA	PERSONA	CARGO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	MAIL
			Melipilla		
Viña De Martino	Paola Navarro	Encargada de turismo	Manuel Rodríguez 229, Isla de Maipo	562 2577 8800	pnavarro@demartino.cl
Viña Teillery	Alejandro Bosisio	Dueño viña	Armijo 815, Isla de Maipo	56 2 2819 2380 56 2 2819 4693	alejandro.bosisio@teillery.cl
Viña Santa Ema	Álvaro González	Enólogo	Balmaceda 1950, Isla de Maipo	569 56670220 562 26637142	agonzalez@santaema.cl
Viña Cousiño Macul	Elisa Cousiño	Encargada de turismo	Av. Quilín 7100 Peñalolén	56 223514114	elisa@cousinomacul.cl
Apaltagua	Arelis Eustache	Asistente de gerencia	Málaga 50, of. 31, Las Condes	56 223651539	arelis@apaltagua.com

2.1/ DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A OTROS AGENTES

El plan comunicacional contempla también la difusión de las acciones de capacitación a otros agentes, como son los siguientes:

- Coordinación entre INFYDE y SENCE para la invitación a las Oficinas Municipales de Información Laboral (OMIL) del Valle del Maipo (como agentes locales).
- Invitación a los Profesionales de las OMIL, a los cursos de Guía Enoturístico, y de Gestor de Empresa Enoturística.
- Comunicación con los agentes de desarrollo local a través de correo y llamados telefónicos, para presentarles el Programa de capacitación e invitarles a los cursos.

Se realizará una *síntesis ejecutiva del Programa de capacitación* para su difusión y presentación a los agentes y empresas.

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias*438
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 9/ SÍNTESIS EJECUTIVA DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN



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

**ITINERARIOS FORMATIVOS ENOTURISMO
VALLE DEL MAIPO**

Síntesis Ejecutiva para difusión

Octubre 2017



infyde **iD**

Avda. Zugazarte nº 8 3ª planta Dpto 1
48930 Las Arenas Bizkaia SPAIN
Tel: + 34 944804095 Fax: + 34 94 4801639
infyde@infyde.eu

 **OTIC DEL COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO**

SENCE + Oportunidades
+ Capaz
+ Empleo

SERNATUR
SERVICIO Nacional de Turismo

1

CADENA DE VALOR

PERFILES OCUPACIONALES
ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

infyde iD

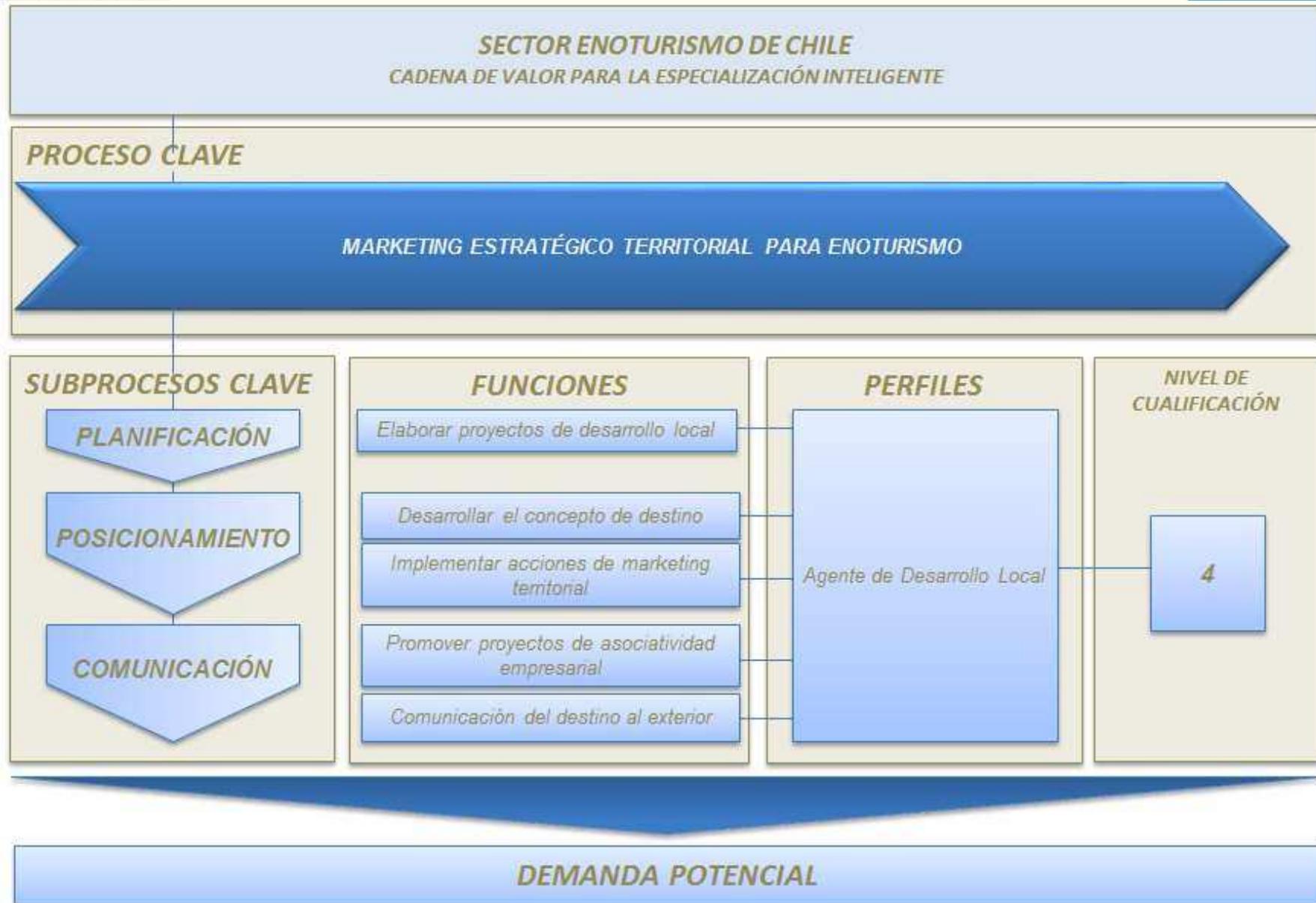


MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL ENOTURÍSTICO



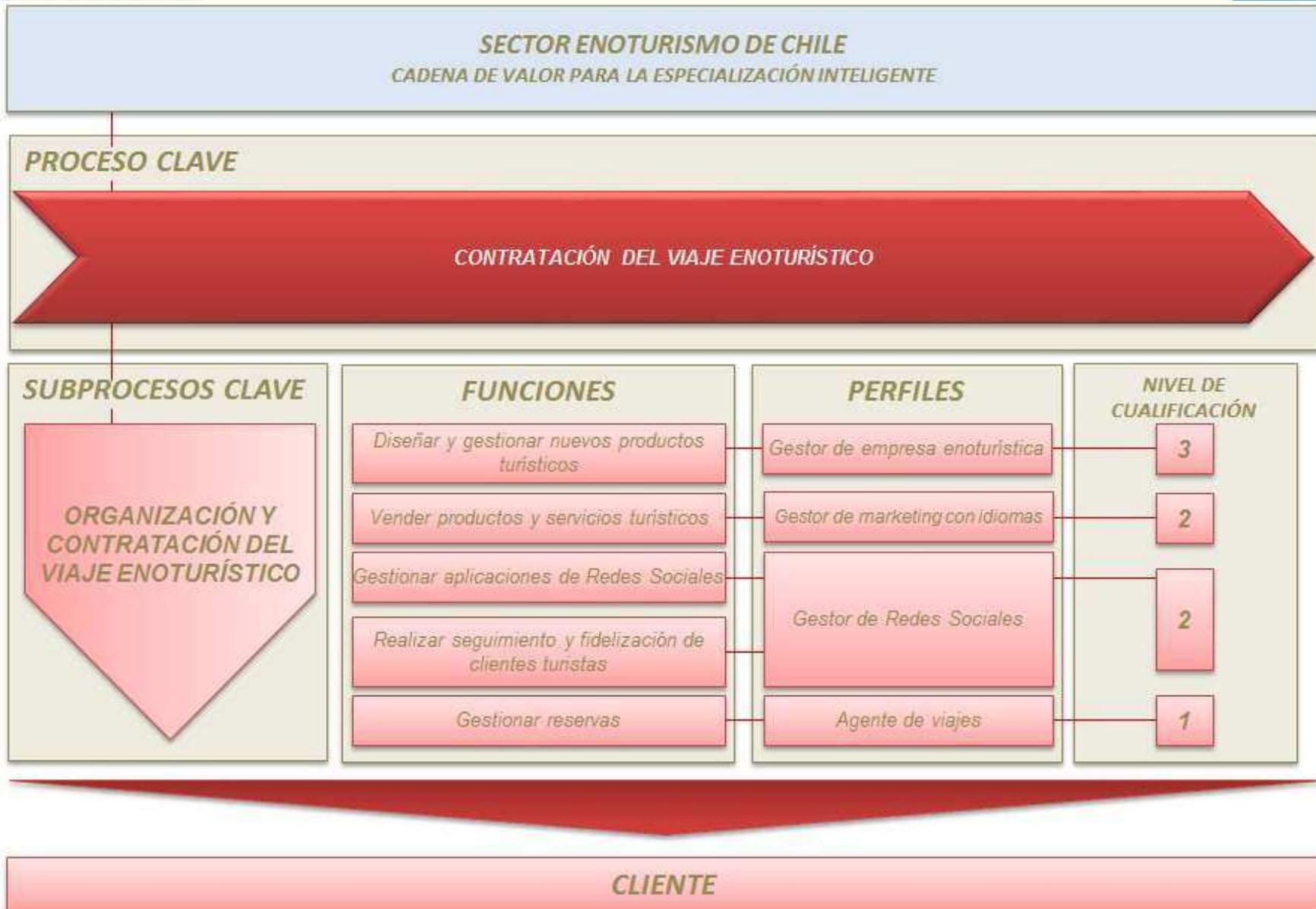


PERFILES OCUPACIONALES



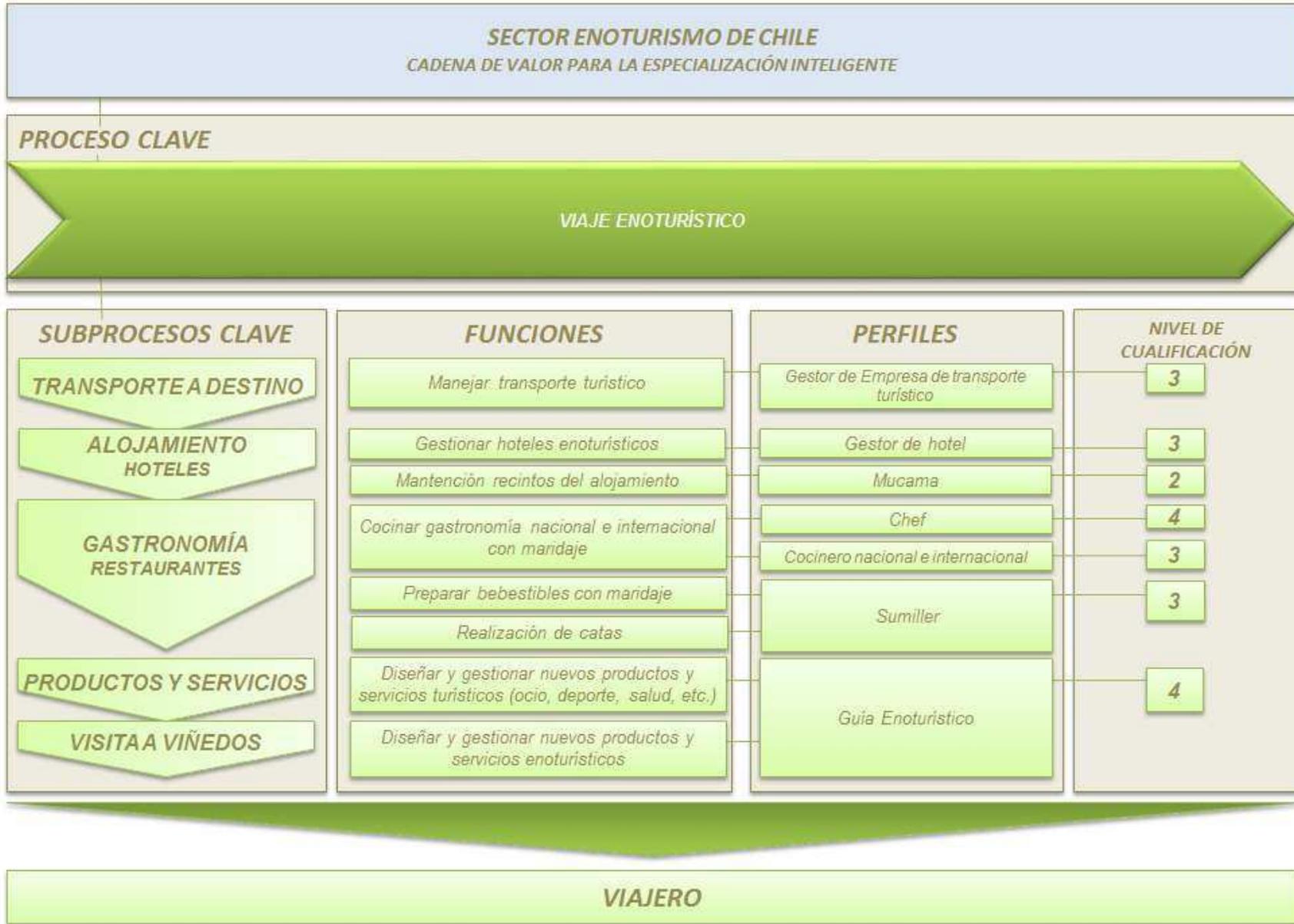


PERFILES OCUPACIONALES





PERFILES OCUPACIONALES





PERFILES OCUPACIONALES



CADENA DE VALOR		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	PLANIFICACIÓN POSICIONAMIENTO COMUNICACIÓN	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	COOPERACIÓN ASOCIATIVIDAD
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	MEJORA EN LA GESTIÓN / INNOVACIÓN
		GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		GESTOR DE REDES SOCIALES	2	INTERNACIONALIZACIÓN
		AGENTE DE VIAJES	1	INTERNACIONALIZACIÓN
VIAJE ENOTURÍSTICO	TRANSPORTE A DESTINO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	β	MEJORA DE LA CALIDAD
	ALOJAMIENTO	GESTOR DE HOTEL MUCAMA	3	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
			2	MEJORA DE LA CALIDAD
	GASTRONOMÍA	CHEF COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL SUMILLER	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN
			3	MEJORA DE LA CALIDAD
			3	MEJORA DE LA CALIDAD
PRODUCTOS Y SERVICIOS	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	MEJORA DE LA CALIDAD / INNOVACIÓN	
VISITA A VIÑEDOS				

2

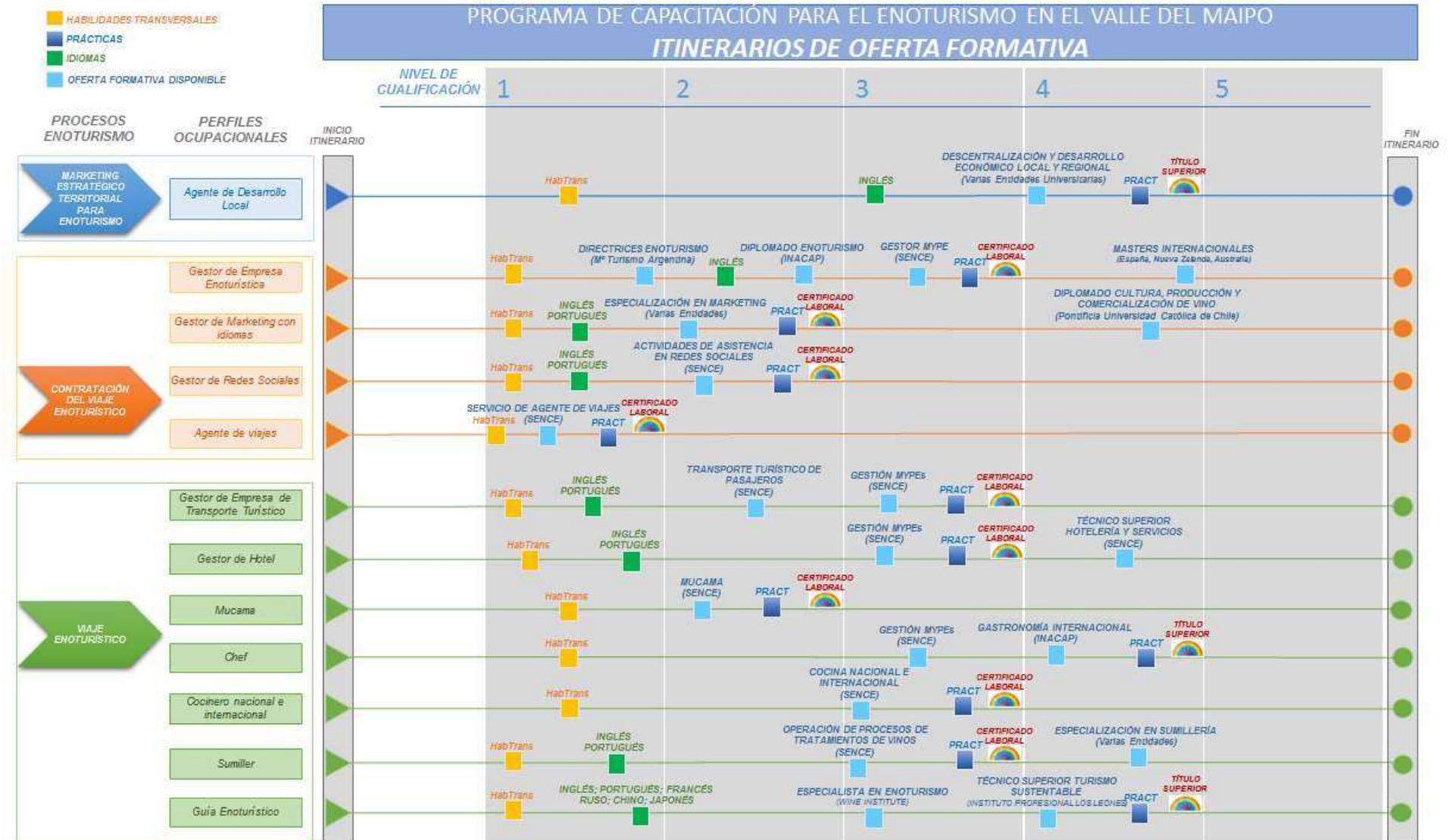
ITINERARIOS FORMATIVOS

OFERTA FORMATIVA EXISTENTE PARA
PERFILES OCUPACIONALES ENOTURISMO
DEL VALLE DEL MAIPO

infyde iD



ITINERARIOS FORMATIVOS



**ANEXO 10/ LISTADO DE ALUMNOS
PARTICIPANTES EN LOS CURSOS
DE CAPACITACIÓN “GESTOR DE
EMPRESA ENOTURÍSTICA” Y
“GUÍA ENOTURÍSTICO”**

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 449 requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

Asistencia de Curso		Viña Santa Rita	
Gestor Empresa Enoturístico		07/11/2017	
	Nombre	Institución	Cargo
1	Anaís Recine Casas	Viña Haras de Pirque	Jefa de Operaciones y Turismo
2	Nora Gutierrez	Viña Undurraga	Gerente Turismo y Eventos
3	Mónica Parentelli	Viña Monte María	Gerente
4	Karen Hoffmann	Viña Terramater	Jefa de Ventas y Turismo
5	Angélica Grove	Viña Rukumilla	Dueña Viña
6	Javier Rodríguez	Viña Corcoran gallery	Director
7	Carmen Paz Bahamondez	Viña Miraflores del Maipo	Coordinadora de Turismo
8	Lila Rojas Soto	Municipalidad de San Bernardo	Gestor Territorial
9	Leonor Montecinos	Municipalidad de Paine	Gestor Territorial
10	Viviana Colihuinca	Municipalidad de Peñaflo	Encargada de Turismo
11	Valeria Gómez	Municipalidad de Calera de Tango	Gestor Territorial
12	Alexandra Urquieta	Viña El Principal de Pirque	Encargada de Turismo
13	Mariela Torres Gutierrez	Municipalidad de Buin	Encargada de Turismo
14	Carole Atenas Moya	Municipalidad de Puente Alto	Encargada OMIL
15	Juan Castro Zambrano	Municipalidad de San Bernardo	Encargado Capacitación
16	Sebastián Ceballos	Municipalidad de Pirque	Encargado de Turismo
17	Ana Pardo	Municipalidad de Pirque	Encargado OO.CC
18	Andrea Morris Keller	Viña Santa Carolina	Jefa de Turismo
19	Victoria Soto Jara	Viña Chocalán	Encargada de Turismo
20	Pelayo Luco Mujica	Viña Chocalán	Gestor Empresarial
21	Kamila Arraño	Viña Concha y Toro	Supervisora de Reservas
22	Sebastián Cárdenas	Viña Concha y Toro	Supervisor de Guías
23	Lilian Muñoz Quezada	Municipalidad de San Bernardo	Encargada OMIL
24	Carol Ibacache	Municipalidad de La Pintana	Gestor Empresarial

Asistencia de Curso		Viña Santa Rita	
Guía Enoturístico		07/11/2017	
	Nombre	Institución	Cargo
1	Gabriela Dobre Parra	Viña Santa Carolina	Guía Turístico
2	Cristian Molinare Pimentel	Viña Haras de Pirque	Guía Turístico
3	Patricia Jerez Pereira	Viña Undurraga	Jefe de Turismo
4	Cristián Moreno Muñoz	Viña Chocalán	Guía Turístico
5	Iván Silva Lira	Viña Monte María	Gerente
6	Valentina Navarrete Vilo	Viña Miraflores del Maipo	Asistente Comercial
7	Macarena Cáceres Torres	Viña Concha y Toro	Guía Turístico
8	Mauricio Oliva Godoy	Viña Santa Rita	Guía Turístico
9	Trinidad Bustos Torres	Viña Teillery	Asistente Comercial
10	Charly Duarte	Relación de empresas, Mun. Puente Alto	Fomento Productivo/Puente Alto
11	Victor Castro	Profesional oficina de turismo, Mun. Pintana	Fomento Productivo/La Pintana
12	Marcela Calcagno	Encargada Fomento Productivo	Municipalidad de Calera de Tango
13	Israel Figueroa	Profesional SENCE	SENCE RM
14	Leonardo Luengo	Viña Santa Rita	Jefe de Operaciones
15	Adriana Galvis	Municipalidad de la Cisterna	Psicologa Laboral
16	Roxana Cerda Eade	Municipalidad de la Cisterna	Gestor Territorial
17	Fernanda Ordenes	Municipalidad de Paine	Encargada Fomento Productivo

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias⁴⁵⁰ requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 11/ LISTADO DE PERSONAS ENTREVISTADAS Y CUESTIONARIO DEL PROCESO DE PLAN DE ASOCIATIVIDAD

Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias 451
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

Empresas, agentes e instituciones participantes en el proceso de entrevistas para el Plan de Asociatividad:

PLAN DE ASOCIATIVIDAD			
EMPRESAS Y ENTIDADES INVITADAS			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
AGENTES INSTITUCIONALES Y GREMIALES			
	ASOTURS AG PIRQUE	D. Cristian Rosenthal	Presidente
	Vinos de Chile	Dña. Elisabeth Díaz	Gerente de Mercado Interno
	Asociación de Guías Turísticos Profesionales Valle Central	D. Jaime Valenzuela	Vice Presidente
ENCARGADOS MUNICIPALES DE TURISMO			
	CASA DEL MAIPO	Dª Jennifer Peña	Encargado de Enoturismo Isla del Maipo; Desarrollo Económico Local
	Ruta de la Vid	Dª Vera Fikarova	
	Municipalidad de Paine	D. Mario Gavilan	Desarrollo local
	Municipalidad El Monte	Dª Yohana Reyes	Desarrollo local
	Municipalidad de Buin	Dª Mariela Torres	Desarrollo local
	Municipalidad de Pirque	D. Aaron Toledo	Coordinador de turismo
VIÑAS CON ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA			
	Viña Ventisquero	Dña. Josefina Vial	Jefa de Turismo
	Viña Santa Rita	Dña. Francisca Muñoz Viu	Gerente de Turismo
	Viña Concha y Toro	D. Leonardo García Guiu	Jefe de Operaciones
	Viña Undurraga	Dña. Nora Gutierrez	Gerente de Turismo
	Viña Tarapacá	Dña. Claudia Díaz	Jefe de Relaciones Públicas
	Viña Perez Cruz	Dña. Mª José Concha	Jefe de Turismo
	Viña Miraflores	Dña. Carmen Paz Bahamondes	Tourism and Hospitality Manager
	Viña Monte María	D. Ivan Silva	Gerente
	Viña Doña Javiera	D. Juan Pablo Yavar	Product Manager
	Viña Santa Carolina	Dª Andrea Morris	Hospitality
	Viña Haras de Pirque	Dª Anais Recine	Responsable enoturismo
	Viña Aquitania	D. Eduardo Solminihac	Propietario
OFERTA COMPLEMENTARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS			
	Escuela de los Sentidos	D. Pascual Ibañez	Socio Director

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias*452
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

PLAN DE ASOCIATIVIDAD			
EMPRESAS Y ENTIDADES INVITADAS			
Nº	ENTIDAD	PERSONA	CARGO
	VINOLIA	D. Cristóbal Luna	Propietario
	Food Trip Catálogo Productos Turísticos Innovadores	D. Jose Miguel Dominguez	Gerente
	La Calma de Rita	Dª Claudia Toro	Encargada

**ANEXO 12/ FORMATO DE
ACUERDO BINACIONAL DE
PROMOCIÓN DE LA
ASOCIATIVIDAD PARA EL
ENOTURISMO ENTRE EL VALLE
DEL MAIPO (CHILE) Y LA REGIÓN
DE MENDOZA (ARGENTINA)**

BORRADOR

ACUERDO BINACIONAL PARA PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD ENTRE EL VALLE DEL MAIPO Y LA REGIÓN DE MENDOZA

REUNIDOS

Por una parte, XXXXXXXXXXXXXXXX, con sede en XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Valle del Maipo(Chile) y en su nombre y representación D. xxxxxxxxxx actuando en calidad de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX con RUT XXXXXXXXXXXXXXXX

Por otra parte, xxxxxxxxXXXXXXXX, representada por el Sr. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, RUT N° XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, con domicilio en XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Región de Mendoza (Argentina).

Ambas partes se reconocen mutuamente la capacidad para acordar este Acuerdo binacional para la promoción de la Asociatividad entre el Valle del Maipo y la Región de Mendoza,

EXPONEN

- I.- Que XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX es una organización de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- II.- Que XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX es una organización de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX,
- III.- Que habiendo alcanzado ambas partes un acuerdo, llevan a efecto el presente Acuerdo binacional para la promoción de la Asociatividad entre el Valle del Maipo y la Región de Mendoza, por medio de este documento con arreglo a las siguientes:

ESTIPULACIONES

PRIMERA. - OBJETO.

Celebrar un Acuerdo binacional para la promoción de la Asociatividad entre el Valle del Maipo y la Región de Mendoza, en el marco del interés común de impulsar el posicionamiento de ambas regiones en el mercado internacional del enoturismo.

SEGUNDA. - ACTIVIDADES.

Durante el desarrollo del objeto del presente Acuerdo binacional para la promoción de la Asociatividad entre el Valle del Maipo y la Región de Mendoza, ambas partes se comprometen a realizar las siguientes actuaciones:

- 1. ACTIVIDAD DE IDENTIFICACIÓN DE INTERESES COMUNES PARA LA ASOCIATIVIDAD*
- 2. ANÁLISIS DE MERCADOS DE INTERÉS COMÚN PARA EL DESARROLLO DEL ENOTURISMO*
- 3. DISEÑO DE UN PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMÚN*
- 4. MAPEO DE OPORTUNIDADES Y APALANCAMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL*
- 5. REALIZACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE INTERÉS COMÚN EN EL ÁREA DE CONOCIMIENTO DEL ENOTURISMO*

CUARTA- VIGENCIA Y DURACIÓN.

La fecha de vigencia del presente Acuerdo binacional para la promoción de la Asociatividad entre el Valle del Maipo y la Región de Mendoza, será de 2 años desde la fecha de la firma,

En Santiago de Chile, a xx de xxxxxxx de 2017.

Xxxxxxxxxx
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Valle del Maipo (Chile)

Xxxxxxxxxx
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Región de Mendoza (Argentina)

ANEXO 13/ PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO



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

PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

11 de Enero 2018

infyde iD

Avda. Zugazarte nº 8 3ª planta Dpto 1
48930 Las Arenas Bizkaia SPAIN
Tel: + 34 944804095 Fax: + 34 94 4801639
infyde@infyde.eu





ÍNDICE

1

OBJETIVOS

2

METODOLOGÍA

3

**DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD
DEL VALLE DEL MAIPO**

4

FODA

5

PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO

6

HOJA DE RUTA

7

CONCLUSIONES



1

OBJETIVOS



OBJETIVOS

- **Estudiar la situación de la asociatividad** para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo, entre
 - las viñas con negocios enoturísticos
 - las empresas de oferta complementaria
 - La institucionalidad de ámbito municipal
- **Conocer los resultados de la capacitación de capital humano** realizada para el desarrollo del enoturismo en el Valle del Maipo
 - “Gestor de Empresa Enoturística”
 - “Guía Enoturístico”
- **Conocer los resultados de la Gira Tecnológica a Mendoza** realizada por las viñas del Valle del Maipo
- **Definir un Plan de Promoción del Asociacionismo** para el impulso de acciones concretas de asociatividad entre las viñas, la oferta complementaria y la institucionalidad del Valle del Maipo



2

METODOLOGÍA



METODOLOGÍA

HERRAMIENTAS

Entrevistas en profundidad (oct-nov 2017)

- empresas del sector enoturístico
- empresas de oferta complementaria,
- a la institucionalidad local.

2 cursos de capacitación (nov 2017)

- de Recursos Humanos para el enoturismo

Gira Tecnológica a Mendoza (nov 2017)

RESULTADOS

27 personas entrevistadas

- 15 viñas
- 6 empresas de oferta complementaria
- 6 Municipalidades

42 alumnos capacitados

- 28 alumnos capacitados en “Gestor de Empresa Enoturística”
- 14 alumnos capacitados en “Guía enoturístico”

14 Viñas participantes

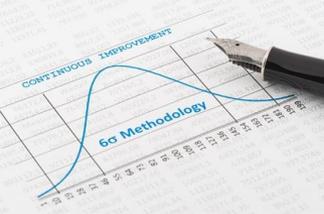
- Gira de 3 días de duración
- 9 visitas a bodegas de Mendoza
- 1 Visita de trabajo
- 1 asistencia técnica experta
- Conocimiento y promoción de Acuerdos binacionales.

3^a

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

LAS VIÑAS Y LA OFERTA COMPLEMENTARIA

infyde **iD**



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA

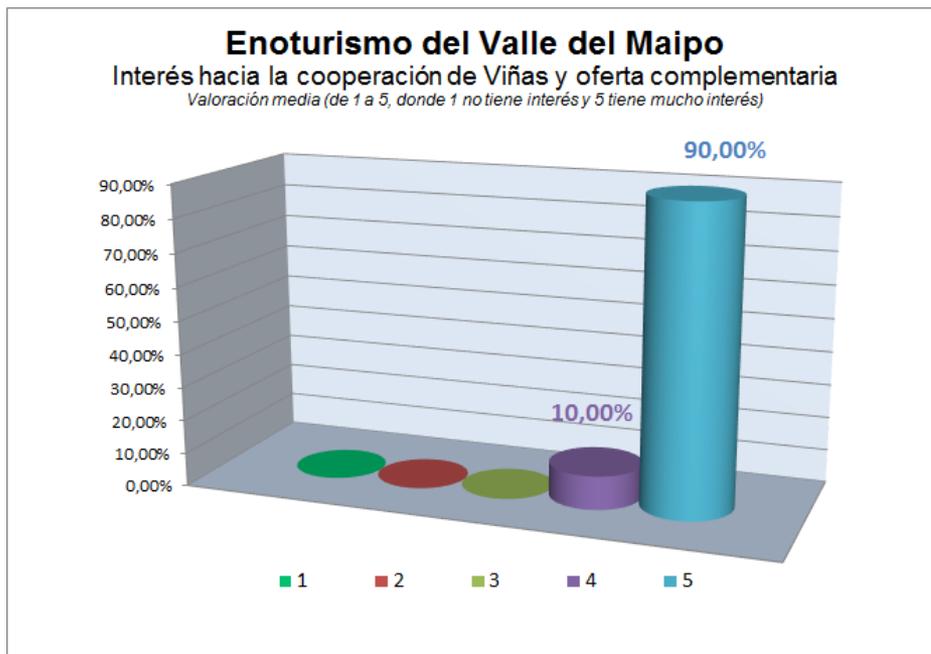
Viñas y oferta complementaria entrevistadas

ENTREVISTADOS	PERFIL
Viña el Principal de Pirque	VIÑA
Viña Chocalánwine	VIÑA
Viña Tarapacá	VIÑA
Viña Undurraga	VIÑA
Viña Haras de Pirque	VIÑA
Viña Santa Carolina	VIÑA
Viña Santa Rita	VIÑA
Viña Concha y Toro	VIÑA
Viña Terramater	VIÑA
Viña Doña Javiera	VIÑA
Bodega Rukumilla	VIÑA
Sociedad Bodega Buin - Viña Ancora	VIÑA
Viña Miraflores	VIÑA
Viña Aquitania	VIÑA
Viña Ventisquero	VIÑA
Turiscoop, oferta complementaria de transporte	TRANSPORTE
Corporación Empresas del Maipo (CEM)	RED EMPRESARIAL
La Calma de Rita	HOTEL
Las Majadas de Pirque	HOTEL Y EVENTOS



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



Interés hacia la cooperación de las viñas y oferta complementaria

- El 100% de las viñas y oferta complementaria declaran un interés alto o muy alto hacia la asociatividad
- **14 viñas y empresas de oferta realizan actividades de asociatividad para el enoturismo**
- **4 no realizan estas actividades**

Hay cooperación entre viñas según criterio de *proximidad geográfica*:

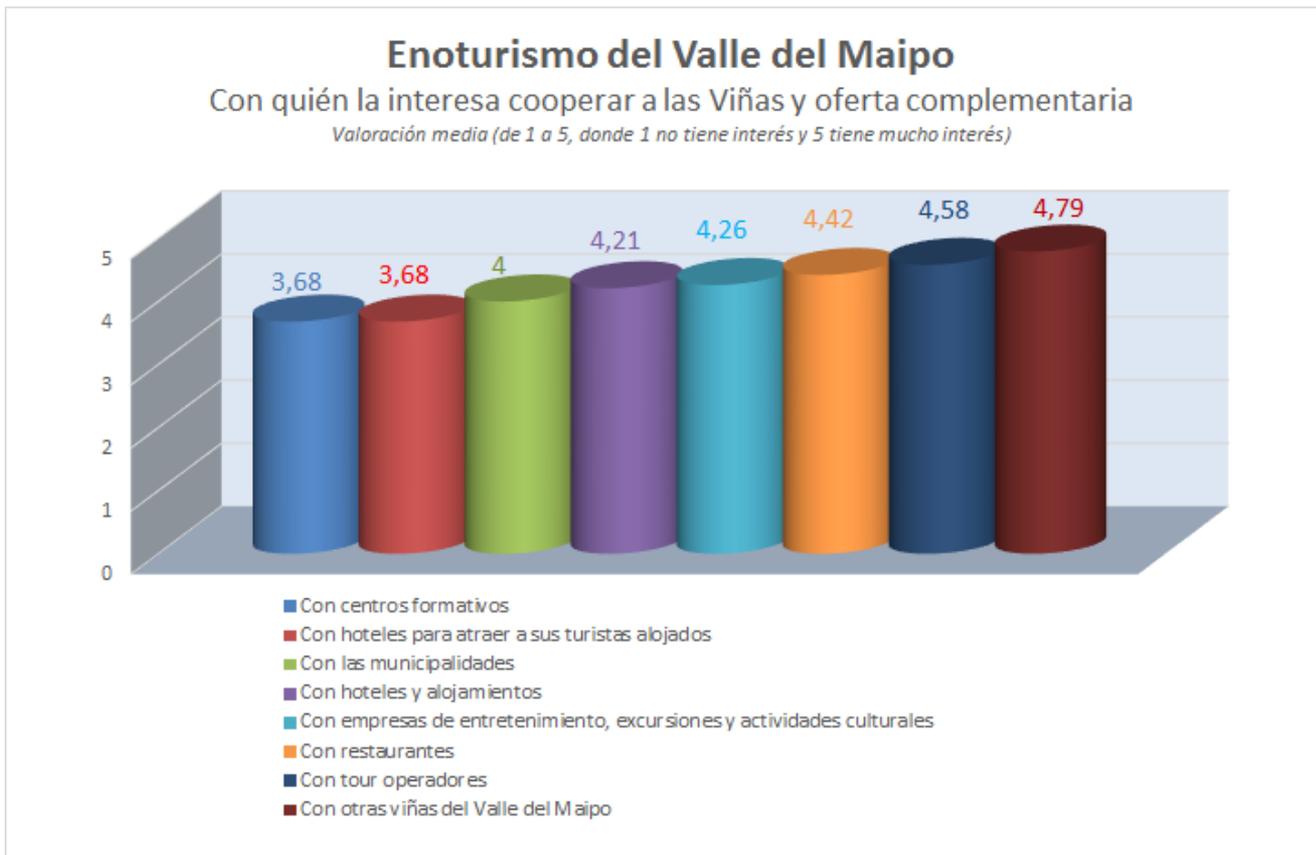
- *Se crean nodos de asociatividad integrados por unas 4 o 5 viñas, cercanas entre ellas en el territorio:*
 - *Estos nodos se encuentran descoordinados entre ellos dentro del Valle*
 - *No avanzan en lo concreto*
- *Hay ideas de crear varias asociaciones de viñas (Isla de Maipo, Pirque,...),*
 - *pero no solo para enoturismo,*
 - *sino también para aprovechar economías de escala*
- *No hay una propuesta de impulsar una Asociación única para todo el Valle*

Hay cooperación de las viñas *con tour operadores, transportes, hoteles y restaurantes* del entorno



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



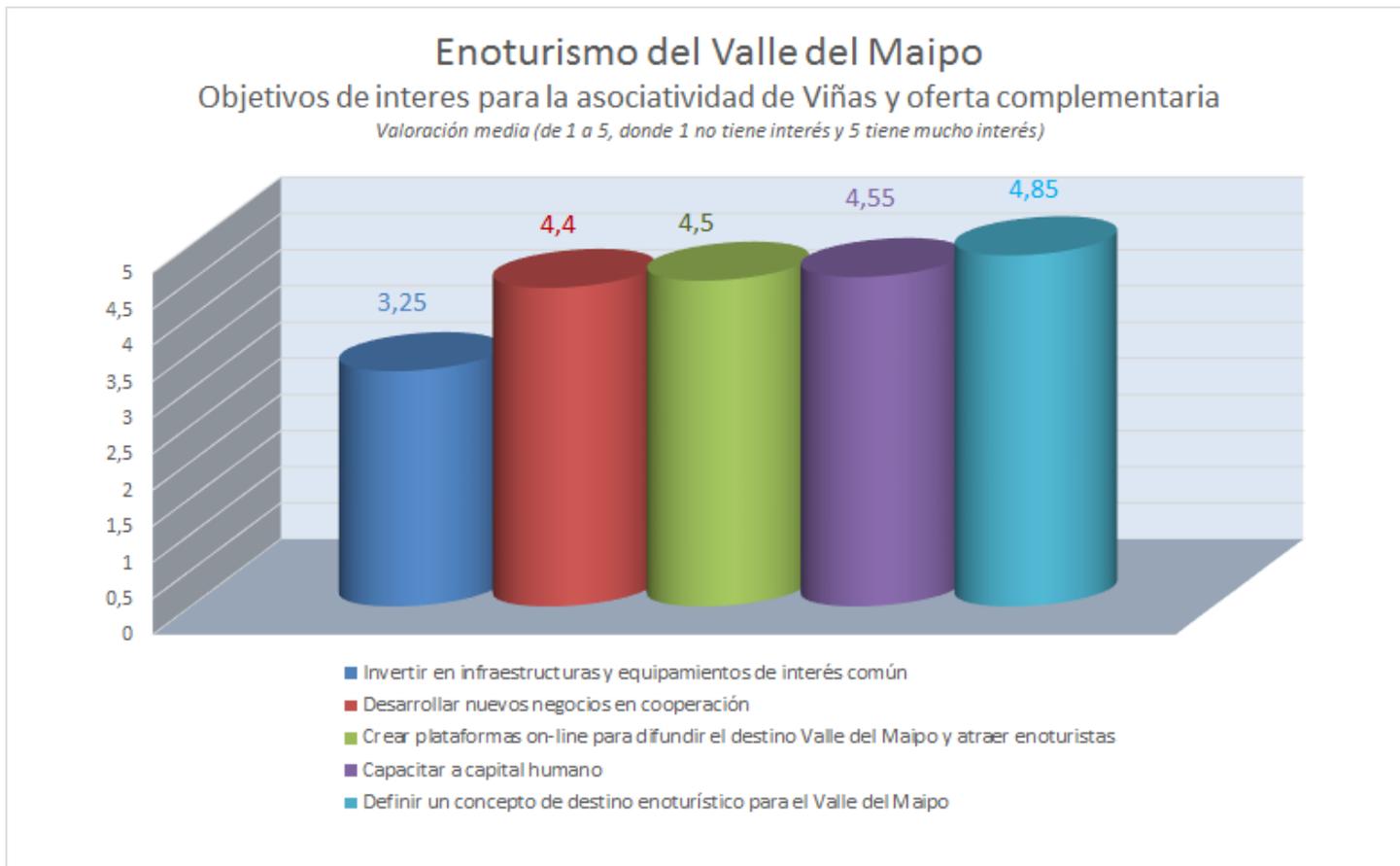
¿Con quién le interesa cooperar a las viñas y oferta complementaria?

- Principalmente con *“otras viñas del Valle del Maipo”*.
- También con *“Tour operadores”* y con *“restaurantes”*.



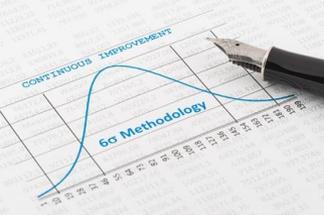
DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



¿Qué objetivos le interesan para la asociatividad las viñas y oferta complementaria?

- La “definición de un concepto de destino”, la “capacitación de capital humano” y la “creación de plataformas para difundir el destino” del Valle del Maipo son los objetivos de asociatividad de mayor interés para las viñas y oferta complementaria



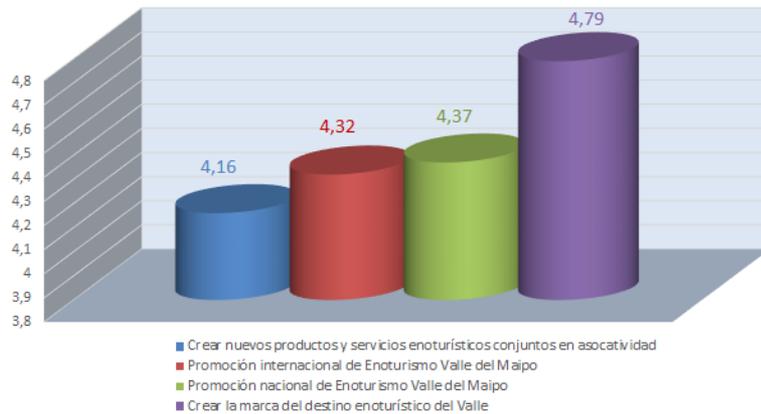
DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA

Enoturismo del Valle del Maipo

Actividades concretas de interés para la asociatividad de Viñas y oferta complementaria

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 no tiene interés y 5 tiene mucho interés)



¿Qué actividades concretas le interesan para la asociatividad las viñas y oferta complementaria?

- La “*creación de marca del destino enoturístico del Valle*”, es la actividad concreta destacada que interesa a la gran mayor parte de las viñas y la oferta complementaria del Valle del Maipo
- También interesa la “*promoción nacional del enoturismo*”

Promover la *participación de los propietarios* de las viñas en el diseño y desarrollo del modelo enoturístico

- *Diseño de los modelos de negocio*
- *Atracción y desarrollo de talento, involucrando a los Gestores de Recursos Humanos*
- *Garantizar la rentabilidad del negocio enoturístico y usarlo con coherencia para desarrollar el mercado de la bodega (consultores especializados)*

Incrementar la *capacidad de los Tour Operadores* de diseñar productos enoturísticos

- *Intermediarios con paquetes innovadores y diseñados específicamente para mercado nacional*
- *Intermediarios con paquetes innovadores para mercado europeo y de otras partes del mundo*

Crear *nuevos productos que se fusionen con el enoturismo*, esencialmente

- *Actividades de ocio y entretenimiento como excursiones, actividades lúdicas para pasar un día completo en familia (full-day tours), etc.*
- *Artesanías (incluyendo la mejora de la capacitación de los artesanos), gastronomía, alojamientos, eventos, galas, noches del vino, museos, cultura, etc.*

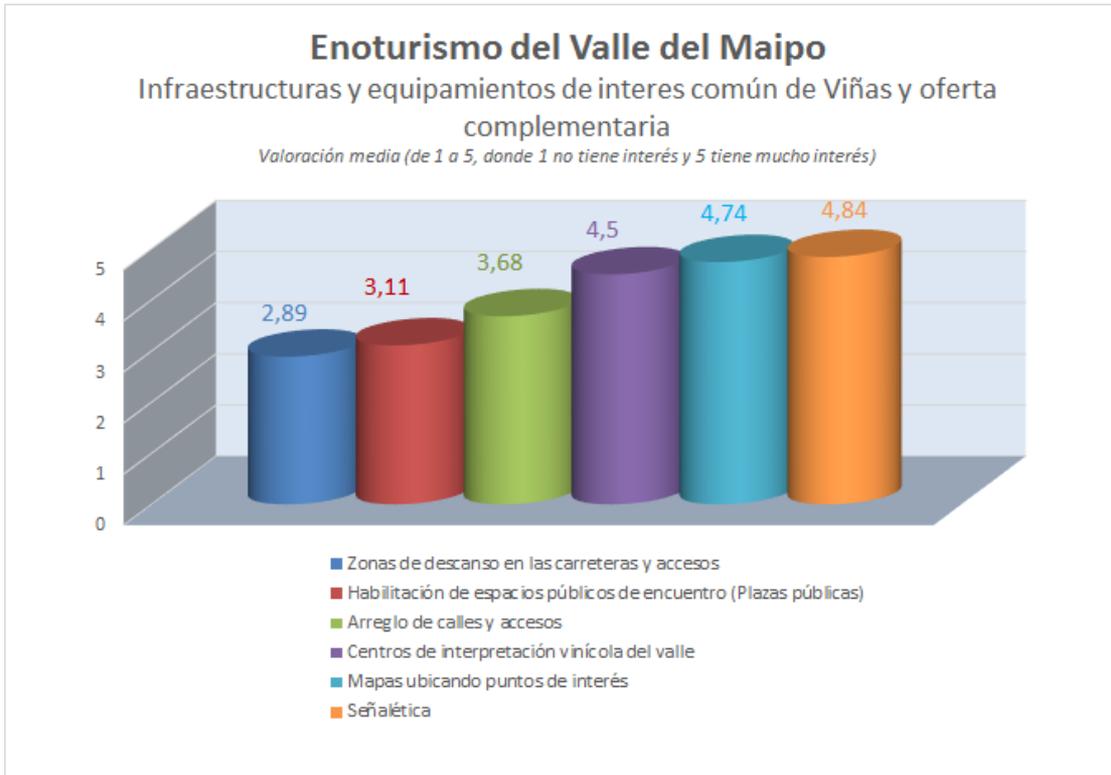
Crear *imagen* y promocionar el enoturismo como Valle

- *Promocionar el enoturismo del Valle en el aeropuerto*



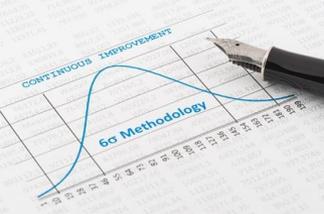
DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



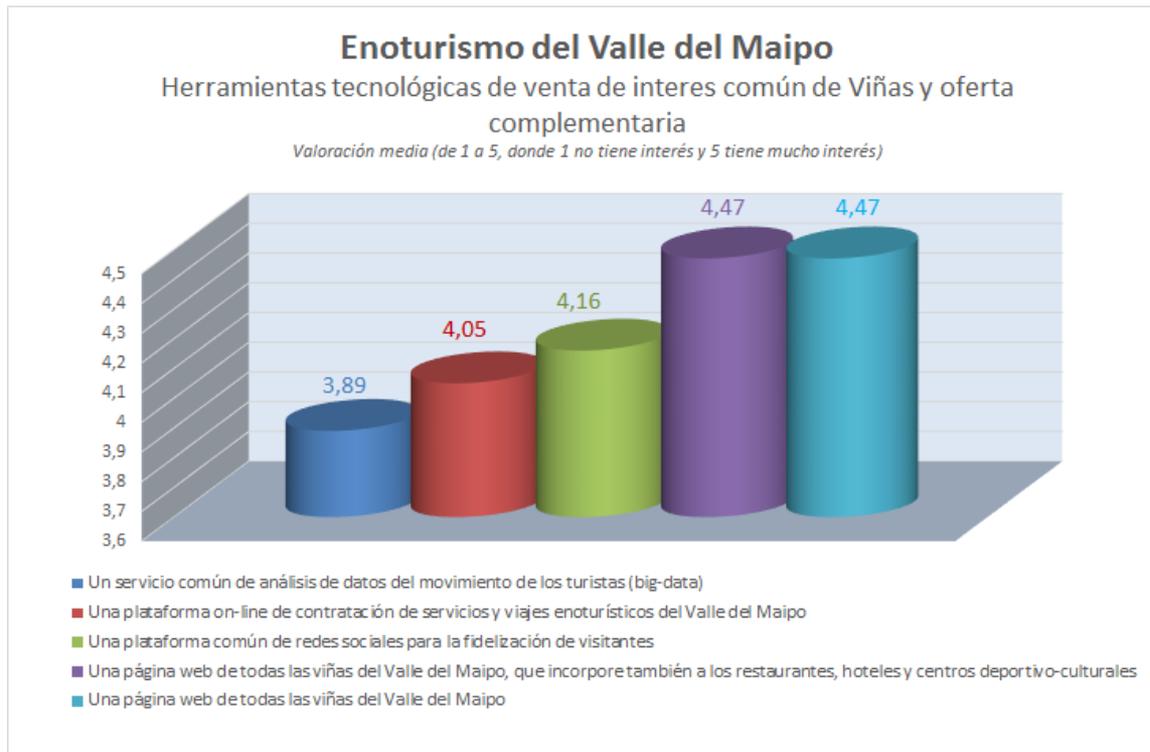
¿Qué infraestructuras y equipamientos de interés común le interesan a las viñas y oferta complementaria?

- La “señalética”, y la “mapas ubicando puntos de interés” son las infraestructuras de mayor interés para las viñas y la oferta complementaria del Valle del Maipo.
- También interesa la creación de un “Centro de interpretación vinícola en el Valle”



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



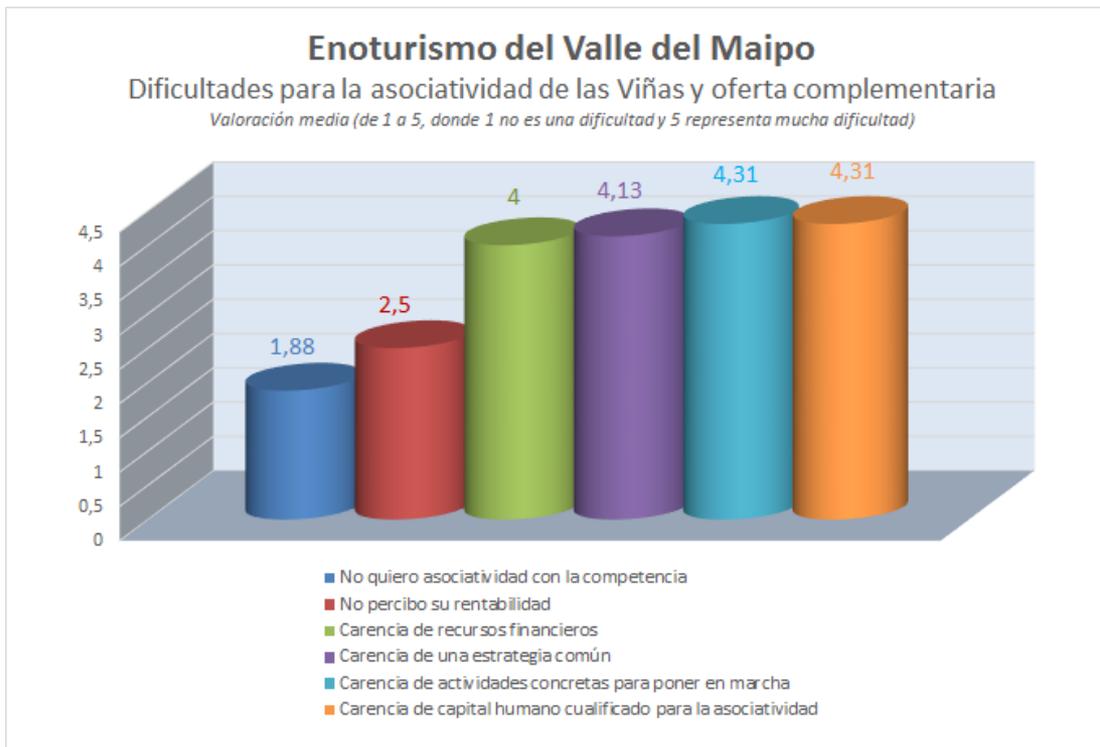
¿Qué herramientas tecnológicas de venta le interesa desarrollar en asociatividad a las viñas y oferta complementaria?

- Una “*página web que incorpore no solo a las viñas, sino también al resto de empresas de oferta complementaria para el enoturismo*”, es la iniciativa tecnológica con mayor interés a desarrollar en asociatividad.
 - No existe consenso sobre qué agente ha de ser el promotor de esta iniciativa (Tour operadores, emprendedores, una Asociación de viñas,...)
- Interesa una *App para tener el Valle conectado*, presentando todas sus ofertas (tipo “Compass Wine” o “Divinium”, pero específica para el Valle)



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA



Dificultades para la asociatividad a las viñas y oferta complementaria

- La *“carencia de actividades concretas a poner en marcha”*, además de *“carencia de una estrategia común”*
 - La asociatividad se desarrolla mediante los coordinadores de enoturismo de las viñas
 - Los propietarios y gestores (RRHH, financiero, marketing, producción,...) de las bodegas no están involucrados en ella, no han visto hasta el momento la rentabilidad de la asociatividad para el enoturismo
- La *“carencia de capital humano cualificado”*
- Carencia de un *calendario anual de hitos y eventos relacionados con enoturismo en el valle*, para que este suene de forma continua

3_b

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

LAS MUNICIPALIDADES

infyde **iD**



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A MUNICIPALIDADES

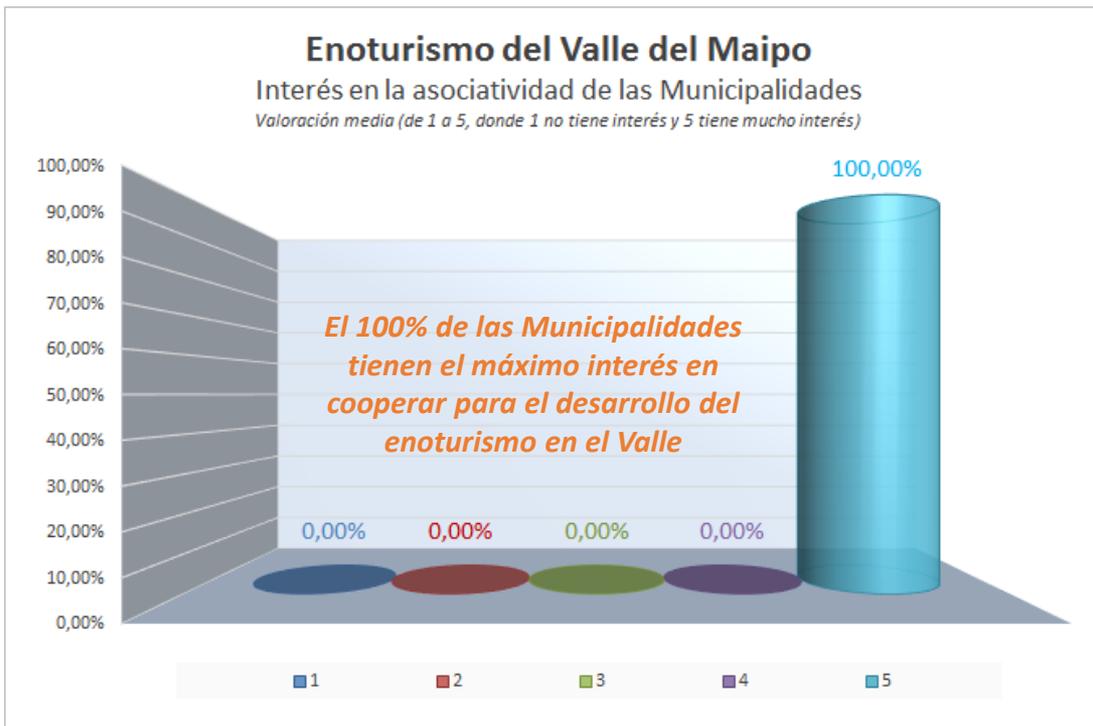
Municipalidades entrevistadas

ENTREVISTADOS	PERFIL
Municipalidad de Paine	Área de TURISMO
Municipalidad El Monte	Área de TURISMO
Municipalidad de Talagante	Área de TURISMO
Municipalidad de Peñalolén	Área de TURISMO
Municipalidad de Buin	Área de TURISMO
Municipalidad Isla de Maipo	Área de TURISMO

4 Municipalidades no realizan actividades de asociatividad para el enoturismo

1 Municipalidad si realiza actividades, como

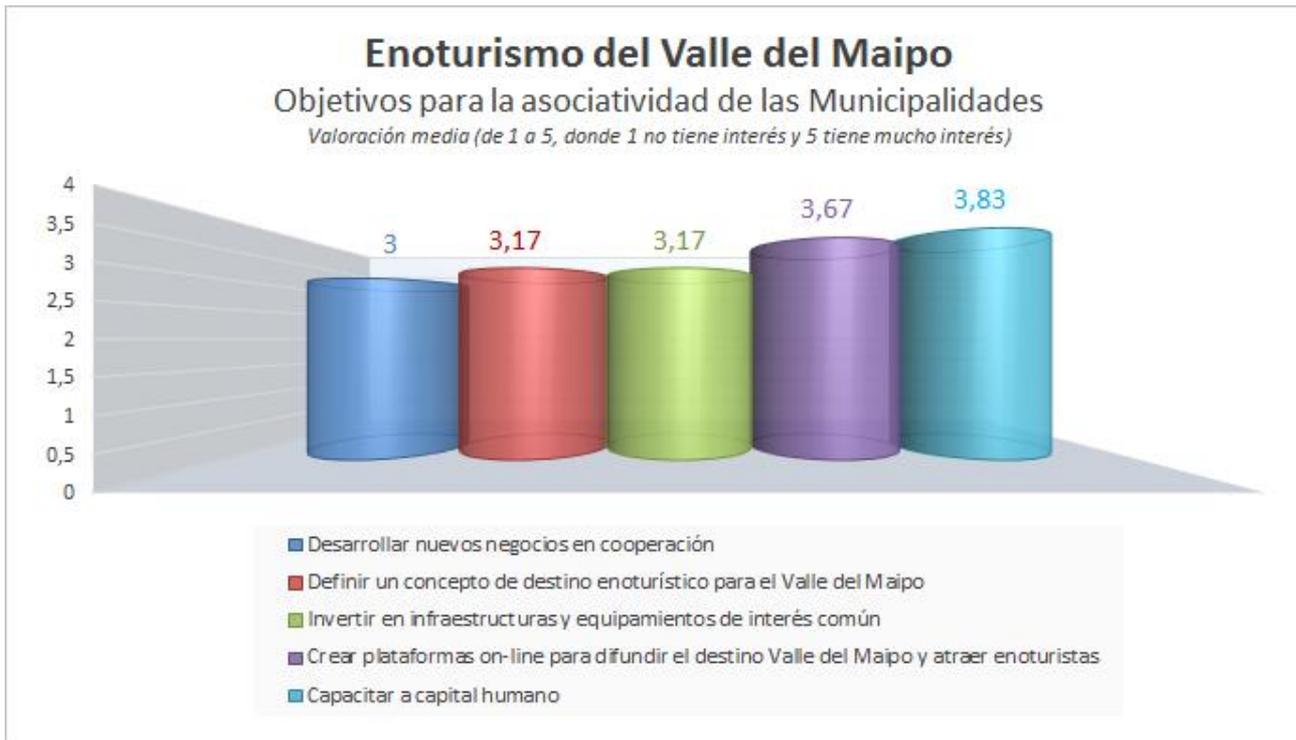
- Celebración Día del patrimonio
- Celebración día del vino
- Tour sociales y actividades ligadas a fomento productivo





DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A MUNICIPALIDADES



Objetivos para la asociatividad de las Municipalidades

- La *“capacitación del capital humano”*,
- y la *“creación de plataformas on-line para difundir el destino Valle”*



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A MUNICIPALIDADES



Actividades concretas para la asociatividad de interés para las Municipalidades

- La *“promoción internacional del enoturismo del Valle”*,
- y *“crear marca de destino del Valle”*

Las Municipalidades expresan un interés relativo menor hacia la promoción nacional del destino



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A MUNICIPALIDADES



Infraestructuras y equipamientos de interés común para las Municipalidades

- La “señalética”,
- y “mapas ubicando puntos de interés”



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ENTREVISTAS A MUNICIPALIDADES



Dificultades para la asociatividad de las Municipalidades

- La *“carencia de actividades concretas”*,
- y *“no se percibe su rentabilidad”*

Las Municipalidades expresan que la carencia de recursos financieros y de capital humano no son dificultades para la asociatividad

3_c

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

RESULTADOS DE LA CAPACITACIÓN DE
CAPITAL HUMANO PARA EL DESARROLLO DEL
ENOTURISMO

infyde iD



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO



ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA

- HABILIDADES TRANSVERSALES
- PRÁCTICAS
- IDIOMAS
- OFERTA FORMATIVA DISPONIBLE

PROCESOS ENOTURISMO PERFILES OCUPACIONALES

MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA ENOTURISMO

Agente de Desarrollo Local

CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO

Gestor de Empresa Enoturística

Gestor de Marketing con idiomas

Gestor de Redes Sociales

Agente de viajes

VIAJE ENOTURÍSTICO

Gestor de Empresa de Transporte Turístico

Gestor de Hótel

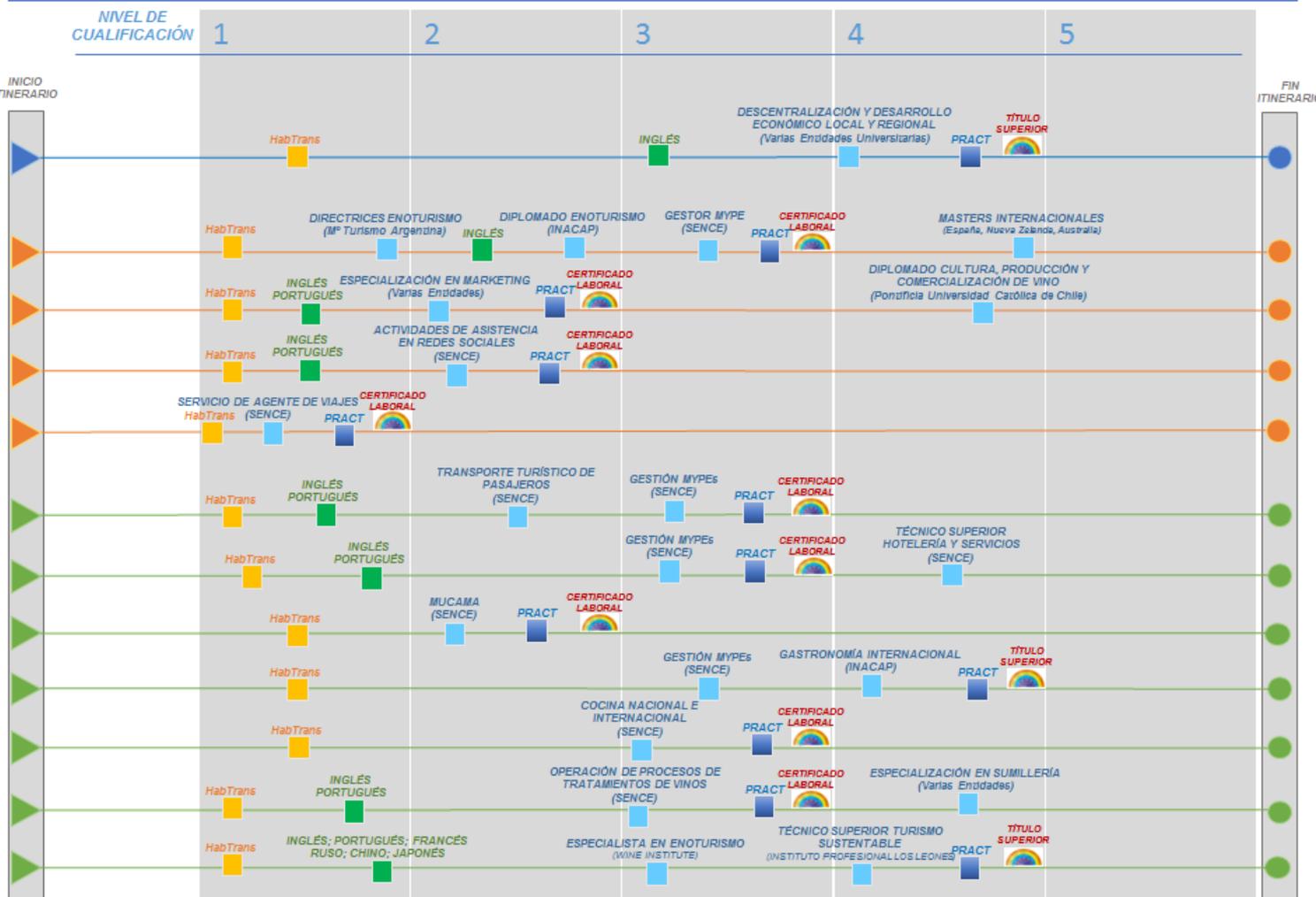
Mucama

Chef

Cocinero nacional e internacional

Sumiller

Guía Enoturístico





DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO



ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

PERFILES OCUPACIONALES ENOTURISMO				CREACIÓN / MEJORA DE PERFILES
PERFIL	¿SENCE TIENE CURSO RELACIONADO?	¿CHILE VALORA LO TIENE HOMOLOGADO?	¿ES ADECUADO INCLUIRLO EN EL PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN?	
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	NO	SI	SENCE propone no incluirlo	<p>A desarrollar con la oferta universitaria.</p> <p>Desarrollar contenidos de planificación territorial y marketing territorial para el turismo.</p> <p>Desarrollar contenidos de TIC y gestión de empresas avanzadas de servicios al turismo.</p> <p>Desarrollar conocimientos sobre cadenas de valor</p> <p>Vincular al capital humano de las municipalidades con las empresas del enoturismo de las comunas.</p> <p>Capacitar al capital humano de desarrollo local de las municipalidades.</p>
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	Tiene uno relacionado "GESTOR MYPE"	NO	SI prioritario como acción piloto	El resultado del estudio considera prioritaria la creación del perfil
GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	NO	NO	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	El resultado del estudio considera prioritaria la creación contenidos de capacitación para formar a los gestores enoturísticos y a los guías enoturísticos, pero no crear un perfil específico.
GESTOR DE REDES SOCIALES	SI "Actividades de Asistencia en Redes Sociales"	Tiene uno que se llama "COMMUNITY MANAGER", pero que no está pensado para aplicarse a turismo	SI prioritario, a integrarlo en la capacitación de la acción piloto	
AGENTE DE VIAJES	SI "Servicio de agente de viajes"	SI ("Agente de viajes")	NO	El resultado del estudio demanda la especialización de las agencias de viajes y tour operadores para diseñar y ofrecer productos turísticos innovadores relacionados con el vino
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	SI "Transporte turístico de pasajeros" Tiene también el de "Gestor MYPE"	NO	SI a desarrollar en el futuro	<p>"Lo óptimo sería ofrecer los dos cursos de SENCE ("transporte turístico de pasajeros" y "gestor de PYMEs") de forma coordinada a un grupo de alumnos seleccionados. Habría que completarlo con contenidos de Turismo.</p> <p>Dar ese complemento mediante un curso de "Asociatividad en turismo del vino"</p>
GESTOR DE HOTEL	NO (solo el de "Gestor MYPE" pero que no tiene nada que ver)	NO	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	<p>Desarrollo de oferta de capacitación en "Gestión enoturística", que incluya la gestión de hoteles y esté abierto a varios perfiles (transversal)</p> <p>El estudio no considera prioritaria a corto plazo la creación de este perfil en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias</p>
MUCAMA	SI ("Mucama")	SI	NO	El resultado del estudio no considera prioritaria la mejora del perfil
CHEF	NO	SI "Chef Ejecutivo"	SI a desarrollar con la oferta formativa existente	<p>Desarrollo de oferta de capacitación en especializadas de gastronomía y de gestión de empresas de restauración (restaurantes, concesionarias de gastronomía a las viñas, etc), contando con la oferta de base existente en este ámbito de conocimiento (como la Escuela de los Sentidos, INACAP, o cursos de SENCE, entre otros)</p> <p>El resultado del estudio considera oportuno el reconocimiento de las Competencias Profesionales de los profesionales que llevan desarrollando su actividad durante años en los restaurantes del entorno, y transferirles nuevas capacidades relacionadas con la gastronomía local y el mundo del vino</p>
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	SI ("Cocina nacional e internacional")	NO		
SUMILLER	Tiene uno llamado "Operación de procesos de tratamientos de vinos", pero está orientado a producción, no a servicios	NO		
GUÍA ENOTURÍSTICO	NO	Existe uno denominado "Guía de enoturismo" para el sector de "Elaboración de alimentos y bebidas" subsector "vitivinícola". También hay un perfil de "Guía Turístico General"	SI prioritario como acción piloto	El resultado del estudio considera prioritaria la adecuación y desarrollo del perfil a las necesidades de desarrollo de servicios turísticos por parte de las empresas enoturísticas y de los retos de planificación del territorio y de apoyo a la asociatividad de las municipalidades



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

GUÍA ENOTURÍSTICO (Noviembre de 2017)

GUÍA ENOTURÍSTICO		
ÁREA	CONTENIDO	DURACIÓN
CULTURA Y TURISMO DEL VINO	Cultura y enología del Valle del Maipo	2 horas
	Mapa de oferta turística del Valle del Maipo (gastronomía, alojamiento, ocio, deporte)	2 horas
CALIDAD DEL SERVICIO	El relato de la experiencia vinícola para el turista	4 horas
HABILIDADES PROFESIONALES	Diseño y organización de visitas, catas, itinerarios y eventos enoturísticos	4 horas
	Técnicas de comunicación y habilidades de servicio para los tours enoturísticos	4 horas
ASOCIATIVIDAD	Caso de región líder en turismo del vino	2 horas
	Redes de asociatividad para el enoturismo	2 horas
TOTAL HORAS CAPACITACIÓN		20 HORAS



OBJETIVO

- Desarrollar capacidades para la gestión de visitas y eventos enoturísticos en las bodegas del Valle del Maipo

PERFIL PARTICIPANTES

- Guías de enoturismo del Valle del Maipo
- Profesionales del Valle del Maipo con interés en desarrollar su carrera profesional como Guías Enoturísticos



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

GESTOR EMPRESA ENOTURÍSTICA (Noviembre de 2017)



GESTOR EMPRESA ENOTURÍSTICA		
ÁREA	CONTENIDO	DURACIÓN
ESTRATEGIA	Comportamiento del turista y segmentación de mercados	2 horas
	Productos y servicios enoturísticos	2 horas
GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA	El enoturismo como modelo de negocio	2 horas
	Dirección y estrategia del negocio de enoturismo	2 horas
MARKETING	La digitalización del negocio enoturístico	4 horas
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA	Plan de Marketing enoturístico	2 horas
	Plan de Gestión	4 horas
ASOCIATIVIDAD	Caso de región líder en turismo del vino	2 horas
	Redes de asociatividad para el enoturismo	2 horas
TOTAL HORAS DE CAPACITACIÓN		24 HORAS

OBJETIVO

- Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturístico del Valle del Maipo

PERFIL PARTICIPANTES

- Gestores de líneas de negocio de enoturismo
- Profesionales del Valle del Maipo con interés en desarrollarse profesionalmente en negocios de enoturismo





DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

EVALUACIÓN CURSOS “GESTOR EMPRESA ENOTURÍSTICA” Y “GUÍA ENOTURÍSTICO”

EVALUACIÓN “GESTOR EMPRESA ENOTURÍSTICA”	PUNTUACIÓN MEDIA (sobre 5)
CONTENIDOS TEÓRICOS	4,57
CONTENIDOS PRÁCTICOS	4,17
PROFESORADO	4,78
AULAS	4,48
MEDIOS TÉCNICOS	4,48
COFFE	4,52
ALMUERZO	4,65
TOTAL	4,52



EVALUACIÓN “GUÍA ENOTURÍSTICO”	PUNTUACIÓN MEDIA (sobre 5)
CONTENIDOS TEÓRICOS	4,75
CONTENIDOS PRÁCTICOS	4,67
PROFESORADO	4,92
AULAS	4,92
MEDIOS TÉCNICOS	4,75
COFFE	4,92
ALMUERZO	5
TOTAL	4,84



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

EVALUACIÓN CURSOS EN MATERIA DE ASOCIATIVIDAD

PROPUESTAS DE LOS ALUMNOS SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

ESTRATEGIA

- Tener la misma misión y visión
- Habilitar una Jornada de trabajo para trabajar en “Soñando con un nuevo proyecto grupal”
- Fijar acuerdos entre las viñas entre sí, y entre estas y la entidad pública, por un trabajo constante y a largo plazo que traspase los gobiernos
- Estrategias de asociatividad. Fijar objetivos de corto, mediano y largo plazo asociativamente. Elaborar proyectos conjuntos

GESTIÓN DE LAS VIÑAS ENOTURÍSTICAS

- Seguir promoviendo la interacción entre los distintos gestores de enoturismo
- Realizar dinámicas que permitan mayor intercambio de experiencias y planificación del trabajo en conjunto

IMAGEN

- Asumir y tomar como tema que existe un “Valle de Maipo” como cuna del vino en Chile
- Visibilización de las pequeñas agrupaciones enoturísticas generando una ruta diferenciada de las grandes viñas
- Marca sectorial. Unificación de conceptos, logos, sellos, etc



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

EVALUACIÓN CURSOS EN MATERIA DE ASOCIATIVIDAD

PROPUESTAS DE LOS ALUMNOS SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

RELACIONES CON LAS MUNICIPALIDADES

- Articular fuerzas entre municipios, empresas y servicios. No solo al interior del municipio, sino entre municipios
- Desde los municipios conocer la oferta de las diferentes viñas del Maipo
- Realizar una “Alianza de asociatividad” entre entidades empresariales y municipales para realizar trabajos en conjunto
- “La unión hace la fuerza”: Compartir bases de datos de las Municipalidades para lograr un buen trabajo entre todos
- Reunir viñas, municipalidad y operadores en mesa de debate

INICIATIVAS

- Fijar una vendimia del Valle del Maipo, con apoyo de todas las municipalidades y viñas
- Vincular a la comunidad con actividades propias de las viñas (colegios, artesanos, entre otros)
- Enfocarse en la innovación de productos, subproductos y tour
- Realizar rutas que incluyan tantos viñedos como establecimientos complementarios para vender el valle completo
- Fortalecer los nexos con pequeños micro empresarios o emprendedores locales que permitan expandir la experiencia turística
- Celebrar eventos culturales en conjunto con las Municipalidades
- Fomentar al turista local a conocer más acerca de la cultura del vino



3_d

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

RESULTADOS DE LA GIRA TECNOLÓGICA A
MENDOZA

infyde **iD**



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

VIÑAS PARTICIPANTES

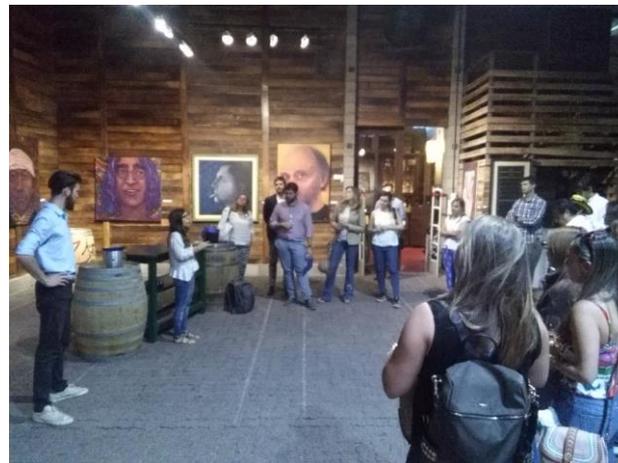


DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

ACTIVIDADES REALIZADAS

- *9 visitas a bodegas, hoteles, restaurantes y experiencias enoturísticas de la región de Mendoza.*



- Una visita de Trabajo a la *feria “enemigowines”* organizada por la casa El Enemigo.



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

ACTIVIDADES REALIZADAS

- Una **Asistencia técnica experta** por parte de representantes de agentes institucionales y empresariales expertos en enoturismo de la Región de Mendoza.



- Desarrollo de conversaciones para el **potencial establecimiento de acuerdos de asociatividad** entre viñas enoturísticas de la región de Mendoza y del Valle del Maipo.



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

9 VISITAS A BODEGAS, HOTELES, RESTAURANTES Y EXPERIENCIAS DE LA REGIÓN DE MENDOZA

VISITA	APRENDIZAJE
<p>1 <i>Bodega Zuccardi</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alta implicación y participación directa de la propiedad en el diseño y desarrollo de la línea de negocio enoturístico • Alto nivel de alineamiento entre la propiedad y los gestores (RRHH, marketing) con la línea enoturística • Alta orientación a empatizar con el visitante • Flexibilidad de la oferta para conseguir que el visitante viva una experiencia • Alta importancia a la gastronomía • Rentabilidad del negocio enoturístico • Objetivo del enoturismo es apoyar la marca y desarrollar mercados
<p>2 <i>Bodega Renacer</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión chilena en Mendoza • Fuerte orientación a las innovaciones de bajo coste y alto impacto • Alto nivel de alineamiento de la propiedad con la línea enoturística • Fuerte cooperación con la municipalidad • Alta importancia a la gastronomía • Franquicia de restaurante con empresaria emprendedora local especializada en gastronomía • Maridaje de menú y vinos para transmitir experiencia que lleve al turista a recordar la marca • Objetivo del enoturismo que el visitante adquiera el vino a su regreso a su lugar de origen
<p>3 <i>Bodega Séptima</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión española (Grupo Codorniu). Especialidad en espumantes • Desarrollo de infraestructuras para el enoturismo (gran terraza, eventos, etc) • Alta importancia a la gastronomía • Franquicia de restaurante con chef de prestigio internacional que diseña menús a medida
<p>4 <i>Cavas Wine Lodge</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel de lujo construido en medio de un viñedo • Muy alto porcentaje de turistas de Estados Unidos con alto poder adquisitivo, y también de Argentina • Servicios de alta gama, como gastronomía saludable, spa, y lodge de lujo, entre otros.



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

9 VISITAS A BODEGAS, HOTELES, RESTAURANTES Y EXPERIENCIAS DE LA REGIÓN DE MENDOZA

VISITA	APRENDIZAJE
5 <i>Bodega Salentein</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte inversión holandesa • Gran inversión en bodega e instalaciones para enoturismo. • Organización de todas las infraestructuras para recibir al turismo (obras de arte en la bodega) • Organización de conciertos de música clásica en la bodega • Organización de exposiciones de arte moderno que atraen a la alta sociedad de la región de Mendoza
6 <i>Bodega Montevejo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de alineamiento entre la propiedad y los gestores (RRHH, marketing) con la línea enoturística • Subcontratación de servicios de consultoría especializados cuyo objetivo es mantener la rentabilidad del negocio enoturístico y maximizar el impacto de esta actividad en el crecimiento de ventas de vinos • Alta importancia a la gastronomía • Franquicia de restaurante con chef de prestigio internacional que diseña menús a medida • Muy conocido en toda Argentina y a nivel internacional por el festival anual de rock&roll celebrado en su bodega "Montevejo Wine Rock" • Objetivo del enoturismo es apoyar la marca y crecer en ventas en los mercados
7 <i>The Vines</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 670 hectáreas dedicadas a vender o alquilar a inversores de todo el mundo viñedos en los que poder cumplir su sueño de producir e incluso comercializar su propio vino • También ofrece la posibilidad de construir sus viviendas entre los viñedos • Hotel de lujo
8 <i>Casa de Uco</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendizaje dirigido a la venta y alquiler de viñedos para inversores de todo el mundo interesados en producir su propio vino. • También ofrece la posibilidad de construir sus viviendas entre los viñedos • Hotel de lujo
9 <i>Bodega Los Toneles</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Inversor local • Rehabilitación de bodega tradicional mendocina • Restaurante popular con alto número de comensales a diario procedentes de la ciudad de Mendoza • Infraestructuras para la celebración de grandes eventos (hasta 1000 personas)

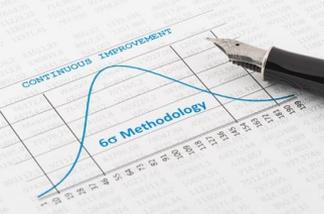
3^e

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

SISTEMA SIGO

PROPUESTAS DE MEJORA DE LAS VIÑAS PARA
EL DESARROLLO COMPETITIVO Y DE LA
ASOCIATIVIDAD

infyde iD



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO

- Cuestionario de Evaluación del impacto de las actividades realizadas en el proyecto a los ámbitos de la empresa establecidos en el **Sistema SIGO** de las empresas de enoturismo del Valle del Maipo.

ÁMBITO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA DEL VALLE DEL MAIPO (CHILE)	VALOR APORTADO POR LAS CAPACITACIONES, LAS ACTIVIDADES DE ASOCIATIVIDAD Y LA GIRA A MENDOZA	CONTENIDOS QUE CONSIDERA NECESARIO OFRECER A LAS VIÑAS EN EL FUTURO
1.1. Desarrollo del producto enoturístico		
1.2 Análisis del mercado		
1.3. Comercialización del producto enoturístico		
2.1. Articulación del cluster enoturístico		
2.2. Responsabilidad de inversión social y ambiental		
3.1. Prestación profesional del servicio		
3.2. Capacitación del personal		
4.1 Dirección estratégica		
4.2. Servicios al visitante		
4.3. Herramientas de soporte a la gestión		
5.1. Áreas de uso turístico		
5.2. Uso de los espacios		
5.3. Condiciones de seguridad		

Modelo de cuestionario realizado a las viñas durante la Gira a Mendoza



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO

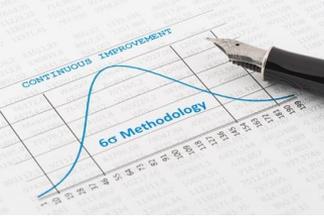
PROPUESTAS DE LAS VIÑAS PARTICIPANTES SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ÁMBITO DEL SISTEMA SIGO

ESTRATEGIA

- Aprender a hacer estrategia de enoturismo de manera simple
- Hacer gestión de Recursos Humanos para atraer talento y desarrollar a los profesionales del enoturismo
- Ejercer la creatividad y la innovación para impulsar nuevos servicios
- Identificar buenas prácticas en cuanto a la segmentación de mercado, en cuanto al perfil de las visitas.
- Conocer más sobre canales de comercialización y estrategias de marketing para atraer flujo segmentado
- Entender mejor la propuesta de turismo de cada viña para poder informar a los turistas de la oferta en el entorno.
- Organizar reuniones específicas para compartir temas de cooperación
- Capacitación para conocer cómo se pueden articular los distintos productos del enoturismo (restaurante, hotel, etc)
- Aprender a caracterizar la demanda de los turistas provenientes de distintas regiones

IMAGEN

- Suscribir al proyecto de creación de marca destino que está desarrollando la corporación de turismo del Gobierno Regional de la Región Metropolitana
- Juntarse las viñas y hacer una gran promoción del valle del Maipo
- Publicación de un folleto que presente a las viñas y las ofertas de los participantes del “Cluster”
- En Mendoza todo el viñedo estaba claro de que las áreas son visitadas por turistas y estas deben estar acorde con esto
- En Mendoza destaca la calidad y buen gusto de las decoraciones y construcción de todos los espacios



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO

PROPUESTAS DE LAS VIÑAS PARTICIPANTES SOBRE ACCIONES CONCRETAS DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL ÁMBITO DEL SISTEMA SIGO

RELACIONES CON LAS INSTITUCIONES

- Apoyo de la Autoridad Regional para generar las condiciones que promuevan un diálogo entre las viñas
- Sinergia entre distintos instrumentos públicos que financian aspectos diferentes de desarrollo del Cluster
- Mejorar la comunicación con las Municipalidades locales para la mejora de la accesibilidad, la comunicación y la información
- El municipio de cada localidad que conforma el Valle del Maipo tiene que hacerse parte de la promoción de las viñas, y ayudar a difundir las actividades que se hagan

INICIATIVAS

- Desarrollar relaciones de sociedad con hoteles y restaurantes del entorno
- Hacer alguna actividad en conjunto masiva una vez al año donde se muestre lo que el Valle del Maipo esta haciendo cada año
- Organizar una feria de pequeños productores
- Establecer algún tipo de red de contactos entre las viñas del Maipo para enviar turistas formalmente de una viña a otra
- Organizar un recorrido de los participantes en la Gira por las distintas viñas del Valle del Maipo para conocerse mejor.
- Organizar un encuentro en cada viña con invitados de las demás viñas.
- Diseño de circuitos que incluyan al menos 2 o más viñas.

4

FODA DE LA SITUACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD EN EL VALLE DEL MAIPO

infyde **iD**



DIAGNÓSTICO ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

FODA DE LA ASOCIATIVIDAD DEL VALLE DEL MAIPO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Alto interés de las viñas en la asociatividad • Las viñas y las Municipalidades comparten el mismo objetivo de crear imagen y marca de destino del Valle del Maipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la participación de los propietarios de las bodegas en el negocio enoturístico • Fuerte potencial de atracción para grandes inversiones extranjeras (Mendoza lo aprovecha con gran ventaja) • Definir un concepto e imagen de destino para el Valle del Maipo • Creación de nuevos productos que se fusionen con el enoturismo • Promoción nacional del enoturismo • El 100% de las Municipalidades tienen interés en la asociatividad • Articular y coordinar fuerzas entre todas las Municipalidades del Valle (compartir bases de datos)
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de alineamiento entre la propiedad y los gestores (RRHH, marketing) con el negocio enoturístico • Carencia de estrategia común entre viñas • Se crean nodos de asociatividad entre viñas cercanas en el territorio • La asociatividad no avanza en lo concreto • Baja cualificación comparativa del capital humano • Baja capacidad de los tour operadores de diseñar y comercializar paquetes enoturísticos • Señalética deficiente • Baja utilización de la tecnología (TICs y otras) • Las Municipalidades no realizan asociatividad para el enoturismo • Las Municipalidades no conocen la oferta turística de las viñas • Bajo desarrollo de la gastronomía en el enoturismo del Valle • Debilidad del emprendizaje de calidad en el sector del enoturismo (hoteles, restaurantes, negocios de renting y venta de viñedos a inversores, real state, etc) 	<ul style="list-style-type: none"> • El enoturismo del Valle del Maipo no atrae talento • Débil posición comparativa en la atracción de inversiones internacionales • Deficiente iniciativa de cooperación para definir actividades conjuntas • Las viñas y la Municipalidades tienen diferentes percepciones sobre las dificultades para la asociatividad • Las viñas perciben la dificultad de la carencia de capital humano cualificado • Las Municipalidades no perciben la rentabilidad de la asociatividad para el enoturismo • Carencia de consultores especializados en hacer rentable el negocio enoturístico y desarrollar los objetivos de marca de la bodega

5

PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO

ACCIONES CONCRETAS DE ASOCIATIVIDAD A
IMPLEMENTAR

infyde **iD**



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

VISIÓN

- Definir y posicionar a nivel nacional e internacional una imagen conjunta de Valle del Maipo como destino enoturístico de valor experiencial, histórico, cultural y patrimonial.

MISIÓN

- Crear y desarrollar los espacios adecuados de colaboración entre las viñas, las empresas de oferta complementaria y los agentes institucionales regionales y municipales, para definir e implementar proyectos integrales de desarrollo territorial, empresarial, educativo y tecnológico dirigidos a desarrollar a nivel nacional e internacional el enoturismo del Valle del Maipo.

PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVOS

1. **GESTIÓN EMPRESAS ENOTURÍSTICAS**
 - i. ESTRATEGIA
 - ii. DESARROLLO DE SERVICIOS AVANZADOS ESPECIALIZADOS
 - iii. GIRAS PROFESIONALES DE ENOTURISMO

2. **CAPITAL HUMANO**
 - i. ATRACCIÓN DE TALENTO
 - ii. CERTIFICACIONES PROFESIONALES
 - iii. ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN

3. **INNOVACIÓN**
 - i. CREATIVIDAD
 - ii. NUEVOS PRODUCTOS
 - iii. EVENTOS ANUALES

4. **MERCADOS**
 - i. SEGMENTACIÓN
 - ii. APERTURA Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS
 - iii. MERCADO INTERNACIONAL (FERIAS)
 - iv. WEB COMÚN DE VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA

5. **GOBERNANZA**
 - i. ESPACIOS DE ENCUENTRO
 - ii. ALINEAMIENTO INTERINSTITUCIONAL



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVO 1: GESTIÓN EMPRESAS ENOTURÍSTICAS

ACTIVIDADES	PLAZO	RESPONSABLE
<p>ESTRATEGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Servicios de asesoramiento para la elaboración de Planes Estratégicos de Enoturismo Atracción de inversiones enoturísticas 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> CORFO SERCOTEC Programa Estratégico Enoturismo
<p>DESARROLLO DE SERVICIOS AVANZADOS ESPECIALIZADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Apoyo al desarrollo de empresas de servicios avanzados especializados en diversas actividades enoturísticas (gestión, gastronomía, organización de eventos, atracción de capital humano especializado, análisis de rentabilidad de proyectos enoturísticos, estrategias de inversión, etc.) 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> CORFO SERCOTEC Municipalidades Programa Estratégico Enoturismo
<p>GIRAS PROFESIONALES DE ENOTURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización de una Gira anual a un Valle enoturístico del mundo, para adquirir aprendizaje y establecer marcos de cooperación 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Organismo colaborativo de las viñas Organismos Sectoriales Vino y Turismo CORFO Prochile



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVO 2: CAPITAL HUMANO

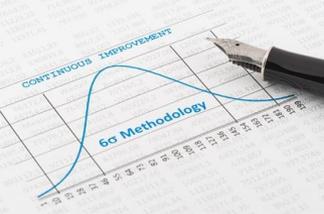
ACTIVIDADES	PLAZO	RESPONSABLE
ATRACCIÓN DE TALENTO <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a los departamentos de RRHH de las viñas para desarrollar estrategias de atracción de talento para el enoturismo • Creación de una Red (base de datos) de profesionales del enoturismo con potencial interés de trabajar en Chile • Desarrollar un Programa de Información a estudiantes en la Universidad 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Organismo colaborativo de las viñas • Departamentos de RRHH de las viñas • Municipalidades • Convenios con Universidades • OTIC del Comercio
CERTIFICACIONES PROFESIONALES <ul style="list-style-type: none"> • Levantamiento y homologación de perfiles profesionales de competencias específicos para el enoturismo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Chile Valora • Organismo Sectorial de Turismo • Organismo Sectorial del Vino • OTIC del Comercio
ITINERARIOS DE CAPACITACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de Itinerarios Formativos en enoturismo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> • SENCE • Corporación Turismo RM • SERNATUR • Municipalidades • OTIC del Comercio

PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVO 3: INNOVACIÓN

ACTIVIDADES	PLAZO	RESPONSABLE
CREATIVIDAD <ul style="list-style-type: none"> Talleres de creatividad Capacitación en creatividad al capital humano del enoturismo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Organismo colaborativo de las viñas SERNATUR
NUEVOS PRODUCTOS <ul style="list-style-type: none"> Asesoramiento para el diseño de nuevos conceptos de productos enoturísticos 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> CORFO SERCOTEC Programa Estratégico Enoturismo
EVENTOS ANUALES <ul style="list-style-type: none"> Jornada Anual “Innovación Enoturística” 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Programa Estratégico Enoturismo OTIC del Comercio



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVO 4: MERCADOS

ACTIVIDADES	PLAZO	RESPONSABLE
SEGMENTACIÓN <ul style="list-style-type: none"> Estudio de segmentación de mercados nacionales e internacionales para el enoturismo del Valle del Maipo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Prochile Corporación Turismo RM
APERTURA Y POSICIONAMIENTO DE MERCADOS <ul style="list-style-type: none"> Diseño de una imagen marca “Enoturismo Valle del Maipo” Elaboración de un Plan Estratégico de Comercialización e Internacionalización para el enoturismo del Valle del Maipo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Corporación Turismo RM Programa Estratégico Enoturismo Prochile SERNATUR
INTERNACIONAL (FERIAS) <ul style="list-style-type: none"> Organización de visitas conjuntas de las viñas del Maipo a Ferias internacionales de enoturismo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Prochile SERNATUR Vinos de Chile
WEB COMÚN DE VIÑAS Y OFERTA COMPLEMENTARIA <ul style="list-style-type: none"> Diseño y mantenimiento de una web “Enoturismo Valle del Maipo” 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Corporación Turismo RM Organismo colaborativo de las viñas



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

OBJETIVO 5: GOBERNANZA

ACTIVIDADES	PLAZO	RESPONSABLE
ESPACIOS DE ENCUENTRO <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de un Plan Estratégico de una “Agrupación de Empresas Innovadoras de Enoturismo del Valle del Maipo” 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Organismo colaborativo de las viñas Programa Estratégico Enoturismo
ALINEAMIENTO INTERINSTITUCIONAL <ul style="list-style-type: none"> Constitución de una Mesa Interinstitucional de Enoturismo 	Dic 2018	<ul style="list-style-type: none"> Organismo colaborativo de las viñas Programa Estratégico Enoturismo SERNATUR CORFO SERCOTEC SENCE CHILEVALORA Municipalidades Vinos de Chile OTIC del Comercio

6

HOJA DE RUTA 2018

infyde iD



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

HOJA DE RUTA 2018

ACTIVIDADES TEMPRANAS 2018

LANZAMIENTO ESTRATEGIA

- *Reunión con las viñas para el análisis y lanzamiento del Plan de Asociatividad*

Marzo
2018

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

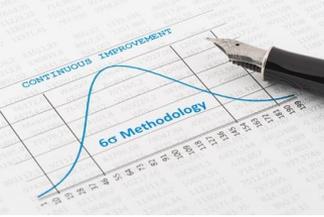
- *Puesta en marcha de actividades priorizadas:*
 - *Marca "Enoturismo Valle del Maipo"*
 - *Difusión de la marca*
 - *Eventos*
 - *Capacitación*

Diciembre
2018

7

CONCLUSIONES

infyde **iD**



PLAN DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO VALLE DEL MAIPO

CONCLUSIONES

1. Fuerte interés en crear imagen y marca de destino del Valle del Maipo
2. Necesidad de mejorar el alineamiento entre la propiedad y los gestores de la bodega (RRHH, marketing) y los gestores de la línea de negocio enoturística, tal y como sucede en valles enoturísticos líderes (Mendoza, Napa Valley, La Rioja, Burdeos,...)
3. Necesidad de mejorar el potencial de atracción para inversiones enoturísticas
4. Necesidad de atraer talento y desarrollar el capital humano
5. Necesidad de diseñar nuevos conceptos productos enoturísticos innovadores
6. Necesidad de reforzar el enoturismo nacional como medio para fortalecer la posición y la imagen del sector
7. Necesidad de desarrollar servicios profesionales especializados para el enoturismo (gastronomía, contratación de capital humano, hotelería, organización de eventos, merchandising, etc)

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias⁵¹⁰ requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 14/ INFORME DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS DURANTE LA GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA

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

“GIRA TECNOLÓGICA A MENDOZA (ARGENTINA)”

22 A 25 DE NOVIEMBRE DE 2017

INFORME DE ACTIVIDADES

OBJETIVO

El objetivo de la Gira Tecnológica a Mendoza ha sido conocer in situ la experiencia enoturística de la Región de Mendoza (Argentina), de forma que en primer lugar se capten experiencias que permitan avanzar en actuaciones que mejoren la competitividad del sector enoturismo, y en segundo lugar, explorar la posibilidad de que a partir de los contactos generados, se genere un proceso de colaboración entre las instituciones y empresas del Valle del Maipo (Región Metropolitana de Santiago) y de Mendoza, que permita trasvasar las buenas prácticas entre ambas regiones, y al mismo tiempo avanzar en la definición y promoción de un producto enoturístico binacional.

PARTICIPANTES

En la Gira Tecnológica a Mendoza han participado las siguientes viñas del valle del Maipo.

VIÑA	PERSONAS	CARGO
Viña Santa Rita	D ^a Cinthia García	Coordinadora de Turismo
Viña Undurraga	Dña. Nora Gutierrez	Gerente de Turismo
Viña Tarapacá	Dña. Claudia Díaz	Jefa de Relaciones Públicas
Viña Miraflores	Dña. Carmen Paz Bahamondes	Tourism and Hospitality Manager
Viña Monte María	D. Ivan Silva Dña. Mónica Parentelli	Gerente Responsable Comercialización y organización de eventos
Viña Santa Carolina	D ^a Andrea Morris	Tourism Manager
Viña Haras de Pirque	D ^a Anais Antonia Recine Casas D ^a Gail Turner Avaria	Responsable enoturismo Jefa RRPP
Viña Aquitania	D. Eduardo Solminihac	Propietario
Viña Rukumilla	Dña. Angélica Grove	Encargada viña y temas turísticos

VIÑA	PERSONAS	CARGO
Viña Concha y Toro	D. Lucas Dutch D. Vicente Cuevas D. Leonardo Garcia	Jefe de Operaciones (Leonardo Garcia)
Viña Terramater	D. Karem Hoffmann	Jefa Salas de ventas y Marketing
Chocalan wines	D ^a Victoria Soto	Encargada de Turismo y Eventos
Viña Principal	D ^a Alexandra Urquieta	Encargada de Turismo y Eventos

ACTIVIDADES DESARROLLADAS¹

Las actividades desarrolladas durante la Gira han sido las siguientes:

Visitas a experiencias de enoturismo. Se han visitado las siguientes experiencias de bodegas con servicios de enoturismo:

- Visita a bodega Zuccardi*, (<http://www.familiazuccardi.com/>). Dña Julia Zuccardi, miembro de la familia Zuccardi recibió a la expedición de viñas del Valle del Maipo. Realizó una presentación sobre los objetivos y estrategias de la bodega en materia de enoturismo, así como de la situación actual del mercado enoturístico y de la posición de su bodega en dicho contexto.

Posteriormente, se realizó una visita guiada a la planta de vinificación en la que se explicaron las características del proceso de producción de los vinos de la bodega.

Se realizó una cata de los vinos de la bodega.

Finalmente, se realizó una vista guiada al restaurante de la bodega llamado “Casa del visitante” y al olive bar “Pan y Oliva”.
- Visita a bodega Renacer*, (<http://www.bodegarenacer.com.ar/es/>). D. Cristian Reig, miembro de la familia de propietarios de la bodega recibió a la expedición. Los propietarios son de origen chileno, por lo que la entrevista tenía el interés de conocer la experiencia de inversión en enoturismo en Mendoza desde la perspectiva de inversores chilenos. Realizó una presentación sobre la estrategia de la bodega y sus productos enoturísticos principales. El centro de sus productos enoturísticos es el restaurante, que se encuentra franquiciado a una experta emprendedora de negocios gastronómicos de la región. El menú es innovador y está diseñado para maridar con los vinos de la bodega y proporcionar a los turistas y visitantes una experiencia que les lleve a recordar la marca y adquirir el vino de la casa en origen.

¹ Ver en el anexo 1 fotografías de las actividades desarrolladas

También se incorporaron a la presentación responsables de la municipalidad de Luján de Cuyo. Estos representantes municipales eran expertos en enoturismo e industria del vino, y realizaron una presentación de las políticas de la municipalidad para promover y apoyar el desarrollo del enoturismo en la localidad. Destacaron la importancia estratégica que le dan a la asociatividad en este ámbito.

Se realizó una cata de los vinos de la bodega. Y se realizó un almuerzo en el restaurante “El Renacer” perteneciente a la Bodega.

- *Visita a bodega Séptima*, (<http://www.bodegaseptima.com/>). Se realizó una visita a bodega Séptima, perteneciente a Codorníu, y especializada en espumantes, entre otros vinos. Se mantuvo una reunión de trabajo en la que se analizaron las características de los servicios de enoturismo de la bodega, así como se dieron a conocer las infraestructuras existentes para recibir a los visitantes y realizar eventos.

Uno de los ejes centrales de la bodega es la gastronomía, cuya organización está contratada a un chef de reconocido prestigio internacional que diseña menús a medida para la bodega.

- *Visita a Cavas Wine Lodge*, (<https://www.cavaswinelodge.com/>). Dña. Cecilia Díaz Chuit, co-propietaria del Cavas Wine Lodge ha recibido a la expedición y ha presentado la estrategia de su negocio de alojamiento enoturístico de alta gama dirigido a un segmento de turistas de alta capacidad de gasto. Se ha realizado una presentación y debate sobre el atractivo del entorno enoturístico de Mendoza para la creación de alojamientos y hoteles de lujo, y sobre el perfil de los visitantes.

Se ha realizado una visita guiada al hotel, que se encuentra rodeado de viñas y paisajes atractivos para el turismo de alto poder adquisitivo.

- *Visita a bodega Salentein*, (www.bodegasalentein.com). Se ha realizado una visita de trabajo a la Bodega Salentein, de propiedad holandesa. Esta bodega presenta una gran inversión en infraestructuras para el enoturismo, incluyendo una planta de vinificación ordenada de forma adecuada para la recepción de visitantes y la organización de conciertos de música clásica entre las barricas.

Se ha realizado un debate y una cata de los vinos de la bodega.

- *Visita a bodega Monteviejo*, (<https://wines.monteviejo.com.ar/>). D. Cristian Centurión, experto consultor comercial especializado en el sector enoturístico de Mendoza ha realizado una presentación sobre las características de las redes comerciales del turismo del vino en la Región de Mendoza. También ha realizado una presentación sobre la estrategia comercial de la bodega y sobre las

características de sus servicios enoturísticos. Esta bodega es muy conocida en Argentina por la organización de eventos de música rock y enoturismo. Organiza el evento anual “Monteviejo Wine Rock”². También tiene un restaurante importante cuyo espacio y menú está organizado por una empresa especializada en gastronomía con prestigio internacional llamada Bórmida & Yanzón. Se ha realizado un almuerzo de trabajo con representantes de la bodega, en el que se ha tratado el tema de la atracción de talento y la gestión y desarrollo de recursos humanos especializados en la región de Mendoza para el sector enoturístico.

- *Visita a The Vines*, (<http://www.vinesresortandspa.com/>). The vines es un emprendizaje promovido por inversores de la región. En la actualidad tiene 670 hectáreas dedicadas a vender o alquilar a inversores de todo el mundo viñedos en los que poder cumplir su sueño de producir e incluso comercializar su propio vino. Se ha realizado una visita a los campos de viñedos y al hotel Resort&Spa ubicado en la hacienda.
- *Visita a Casa de Uco*, (www.casadeuco.com/es/). Casa de Uco también es un emprendizaje dirigido a la venta y alquiler de viñedos para inversores de todo el mundo interesados en producir su propio vino. También ofrece la posibilidad de construir sus viviendas entre los viñedos, mediante la opción de compra de real state.
- *Visita a Bodega Los Toneles*, (www.casadeuco.com/es/). D. José Millán y familia, propietarios de la bodega Los toneles, han recibido a la expedición y han dado una presentación sobre la historia y la estrategia de su bodega y de su negocio enoturístico, incluyendo una visita por las infraestructuras e instalaciones.

Visitas a la bodega Casa el Enemigo y tabla de trabajo con el enólogo de prestigio internacional Alejandro Vigil. Se ha realizado una visita de trabajo al evento enoturístico y vitivinícola “enemigowines”:

- *Visita a feria vinícola “enemigowines” organizada por Casa El Enemigo* (<http://www.enemigowines.com/story/>). El objetivo de esta actividad ha consistido en desarrollar una dinámica grupal mediante la visita a un encuentro de negocios y asociatividad de las empresas y las instituciones de Mendoza, como forma de adquirir aprendizajes que permitan impulsar un destino turístico

² <https://www.facebook.com/events/1830118017213057/>

común para el Valle del Maipo. Para ello, se ha realizado una visita de trabajo a la feria de bodegas pequeñas y boutique organizada por la Casa El Enemigo, propiedad del enólogo de reconocido prestigio Alejandro Vigil³, que ha presentado su visión sobre la situación del mercado de los vinos y del enoturismo en la región de Mendoza, participando en un debate junto con las viñas del Valle del Maipo.

Asistencia Técnica Experta. Se ha realizado una asistencia técnica experta por parte de representantes de agentes institucionales y empresariales expertos en enoturismo de la Región de Mendoza:

- *Asistencia Técnica Experta.* El objetivo de esta actividad ha consistido en ayudar a las empresas enoturísticas del Valle del Maipo a conocer las políticas de enoturismo de la Región de Mendoza y la evolución del sector en los últimos años, analizando los factores que han contribuido al desarrollo competitivo y al éxito del sector, así como trabajar en la identificación de proyectos conjuntos en cooperación, a la vista de las experiencias de éxito observadas en el Valle de Mendoza.

Para ello, se ha realizado una visita al restaurante “Abrasado” de la Bodega Los Toneles, donde se ha realizado una presentación por parte de los propietarios de la Bodega, D. José Millán y familia y de Dña. Cristina Mingarelli, Directora de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo, en representación de la institucionalidad de la región de Mendoza, sobre la situación y la historia del enoturismo en la región, destacando su disposición para el establecimiento de acuerdos de asociatividad entre las experiencias enoturísticas de Mendoza y el Valle del Maipo.

A continuación, se ha producido un debate y un intercambio de expresiones de interés para la asociatividad entre los representantes institucionales y empresariales de Mendoza y las viñas del Valle del Maipo participantes en la Gira.

Para finalizar, se ha realizado una cena de trabajo en la Cava de Cano con representantes de ambas regiones.

³ <http://www.catenawines.com/es/alejandro-vigil-es.php>; <http://www.catenawines.com/es/alejandro-vigil-es.php>

RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados obtenidos por la Gira Tecnológica a Mendoza han sido los siguientes⁴:

- 9 visitas a bodegas, hoteles, restaurantes y experiencias enoturísticas de la región de Mendoza.
- Una visita de Trabajo a la feria “enemigowines” organizada por la casa El Enemigo.
- Una charla tabla de trabajo con el enólogo de prestigio internacional D. Alejandro Vigil.
- Una Asistencia técnica Experta por parte de representantes de agentes institucionales y empresariales expertos en enoturismo de la Región de Mendoza.
- Desarrollo de conversaciones para el potencial establecimiento de acuerdos de asociatividad entre viñas enoturísticas de la región de Mendoza y del Valle del Maipo.

PRÓXIMOS PASOS

Los próximos pasos del proyecto relacionados con la Gira tecnológica a Mendoza son los siguientes:

- Elaboración de la evaluación de los resultados de la Gira Tecnológica.
- Identificación de iniciativas concretas de asociatividad entre las viñas del Valle del Maipo y entre estas y las viñas enoturísticas de la Región de Mendoza.
- Celebración de una Jornada Monográfica sobre asociatividad el día 11 de Diciembre de 2017 en la sede de la Cámara Nacional de Comercio de Chile, en Santiago⁵, en la que se presentarán las reflexiones sobre las oportunidades de asociatividad derivadas de la Gira.
- Celebración de una Jornada de Difusión sobre los resultados del proyecto y de sus iniciativas de asociatividad en el mes de enero de 2018.

⁴ Ver en anexo 2 hojas de firmas de los participantes en las actividades desarrolladas

⁵ Ver en anexo 3 la agenda de la Jornada Monográfica sobre asociatividad

ANEXO 1: FOTOGRAFÍAS



Visita a Bodega Zuccardi



Visita de trabajo con el enólogo Alejandro Vigil en Casa El Enemigo



Visita a cavas Wine Lodge



Visita a Bodega Salentein





Visita a Bodega Monteviejo



Visita a The Vines (Resort&Spa)



Visita a Casa de Uco



Visita a Bodega Los Toneles



Asistencia Técnica experta Institucional y Empresarial, y cena en el restaurante "Abrasado" de la Bodega Los Toneles

ANEXO 2: HOJAS DE ASISTENCIA

HOJAS DE FIRMAS DE LOS PARTICIPANTES EN LA GIRA TECNOLÓGICA

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)
Fechas: 22 y 23 de noviembre de 2017

Participantes:

Nº	Nombre y apellidos	Viña	E-mail	Firma
1	Bahamondes, Carmen Paz	Viña Miraflores	cpb@mirafloresorganico.cl	<i>Carmen Bahamondes</i>
2	Cuevas, Vicente	Viña Concha y Toro	vicente.cuevas@vctchile.com	<i>Vicente Cuevas</i>
3	Díaz, Claudia	Viña Tarapacá	cldiaz@tarapaca.cl	<i>Claudia Díaz</i> +56979
4	Dutch, Lucas	Viña Concha y Toro	lucas.dutch@vctchile.com	<i>Lucas Dutch</i>
5	García, Cinthia	Viña Santa Rita	tour@santarita.cl	<i>Cinthia García</i>
6	García, Leonardo	Viña Concha y Toro	leonardo.garcia@vctchile.com	<i>Leonardo García</i>
7	Grove, Angélica	Viña Rukumilla	angelica@rukumilla.com	<i>Angélica Grove</i> +569
8	Gutierrez, Nora	Viña Undurraga	ngutierrez@vvo.cl	<i>Nora Gutiérrez</i>
9	Hoffmann, Karem	Viña Terramater	khoffmann@terramater.cl	<i>Karem Hoffmann</i>
10	Morris, Andrea	Viña Santa Carolina	amorris@santacarolina.cl	<i>Andrea Morris</i>

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)
Fechas: 22 y 23 de noviembre de 2017

Nº	Nombre y apellidos	Viña	E-mail	Firma
11	Muñiz Viu, Francisca	Viña Santa Rita	fmuniz@santarita.cl	
12	Parentelli, Mónica	Viña Monte María	mparentelli@gmail.com	<i>Mónica Parentelli</i> +569921
13	Recine Casas, Anais	Viña Haras de Pirque	reservas@harasdepirque.com	<i>Anais Recine Casas</i> +5694662
14	Rodriguez, Javier	Viña Corcoran	jrodriguez@corcoranvalley.cl	
15	Silva, Iván	Viña Monte María	ivan.silvalira@hotmail.com	<i>Iván Silva</i> +5699817
16	Solminihac, Eduardo	Viña Aquitania	eduardo@aquitania.cl	<i>Eduardo Solminihac</i> +569
17	Soto, Victoria	Chocalan wines	turismo@chocalanwines.com	<i>Victoria Soto</i>
18	Turner Avaria, Gail	Viña Haras de Pirque	gturner@harasdepirque.com	<i>Gail Turner Avaria</i> 9234
19	Urquieta, Alejandra	Viña el Principal	aurquieta@elprincipal.cl	<i>Alejandra Urquieta</i> +5696688

HOJAS DE FIRMAS DE LOS PARTICIPANTES EN LA VISITA DE TRABAJO

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)

MESA DE TRABAJO *"VISITA DE TRABAJO EN CASA EL ESTEMBO" - Charla con el enólogo PATRICK VIGIL*

Objetivo: desarrollar dinámica grupal para organizar encuentros de negocios y asociatividad de las empresas y las instituciones para impulsar el destino turístico del Valle del Maipo, en colaboración con el Valle de Mendoza

Fecha: 22 de noviembre de 2017

Nº	Nombre y apellidos	Vinya	E-mail	Firma
1	Iván SILVALIBA	MONTE MORIS	ivan.silvaliba@yahoo.com	<i>[Firma]</i>
2	MÓNICA PARENTOLI	MONTE MORIS	mparentoli@gmail.com	<i>[Firma]</i>
3	EDUARDO ESCOBAR	ADRIANIA	eduardo@adriania.cl	<i>[Firma]</i>
4	CINTIA GARCIA	SANTA RITA	toledo@adriania.cl	<i>[Firma]</i>
5	Angelica Jovic	Rukunilla	angelica@rukunilla.com	<i>[Firma]</i>
6	Walter Cruz	CYT		<i>[Firma]</i>
7	ALEXANDRA URQUIETA	VINA EL PRINCIPAL	alexandru@vinoelprincipal.cl alexandru@vinoelprincipal.cl	<i>[Firma]</i>
8	Karen Hoffmann	TALAMANCA	karenhoffmann@talamanca.cl	<i>[Firma]</i>
9	Lucas Dujich	CYT	lucas.dujich@vetchitel.com	<i>[Firma]</i>

alexandru@vinoelprincipal.cl

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)

MESA DE TRABAJO: 22 de noviembre de 2017

10	Vicenzo Soto	Choshán	vsoto@choshanwin.com	<i>[Firma]</i>
11	Nora Tabarez	UNA VITIGA	Nortarez@undevitiga.cl	<i>[Firma]</i>
12	Andrea Morris	Vina Santa Carolina	amorris@vintacarina.cl	<i>[Firma]</i>
13	Aless Bevine	Haras de Pirque	reservas@harasdepirque.com	<i>[Firma]</i>
14	Carmen Plumas	Vino unidos del maipo	cpa@vinounidosdelmaipo.cl	<i>[Firma]</i>
15	Clara Ruiz	Tampay	clara@tampay.cl	<i>[Firma]</i>
16				
17				
18				
19				
20				

HOJAS DE FIRMAS DE LOS PARTICIPANTES EN LA ASISTENCIA TÉCNICA EXPERTA Y CENA DE TRABAJO

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)

ASISTENCIA TÉCNICA EXPERTA
Objetivo: ayudar a las empresas enoturísticas del Valle del Maipo a acordar proyectos conjuntos en cooperación, a la vista de las experiencias de éxito observadas en el Valle de Mendoza
Fecha: 23 de noviembre de 2017

Nº	Nombre y apellidos	Vinya	E-mail	Firma
1	Leonardo Garcia	Couchn y toro	leonardo.garcia@vetchile.com	
2	Karen Hoffmann	Vina Tormaster	karenhoffmann@tormaster.com	
3	Cynthia Atencio	Santa Rita	Toive@vintaterra.com	
4	Angelica Grove	Pukunilla	angelica@pukunilla.com	
5	Verónica Cuervo	Couchn y toro	veronica.cuervo@vetchile.com	
6	Andrea Morris K	Santa Carolina	amorris@santacarolina.com	
7	Lucas de Schiavone	Aspitavina	lucas.de.schiavone@aspitavina.com	
8	Lucas de Schiavone	CYT	lucas.de.schiavone@vetchile.com	
9	Miriam Seo	Choulin	miriam@choulin.com	

1

infyde ID OTIC DEL COMERCIO SERVICIOS Y TURISMO SENCE + Oportunidades + Capaz + Empleo SERNATUR

GIRA MENDOZA (ARGENTINA)
ASISTENCIA TÉCNICA EXPERTA: 23 de noviembre de 2017

Nº	Nombre y apellidos	Vinya	E-mail	Firma
10	Vera Sufner	UNORRAGA	vera.sufner@unorraga.com	
11	Anas Reinos	Haras de Pique	anas@harasdepique.com	
12	Carli Ma	Tarapua	carli@tarapua.com	
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

2

***ANEXO 3: AGENDA DE LA JORNADA
MONOGRÁFICA DE ASOCIATIVIDAD
DEL 11 DE DICIEMBRE DE 2017 EN LA
CÁMARA NACIONAL DEL COMERCIO***

<p align="center">JORNADA MONOGRÁFICA 11 Diciembre 2017 “GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y ASOCIATIVIDAD DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO” <i>Cámara Nacional del Comercio, Servicios y Turismo (Calle Merced 230, Santiago)</i></p>	
HORARIO	AGENDA
16:00-16:05	<p>Bienvenida <i>Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, OTIC del Comercio</i></p>
16:05-17:00	<p><i>La Política Pública para el fomento productivo y el desarrollo del capital humano para el empleo en el enoturismo</i> D. Pedro Goic Boroevic <i>Director Nacional del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo SENCE</i></p> <p><i>Oportunidades para el enoturismo del Sistema Nacional de Competencias Laborales</i> Dña. Ximena Concha <i>Secretaría Ejecutiva de ChileValora</i></p> <p><i>Intereses para la asociatividad de las viñas enoturísticas del Valle del Maipo</i> D. Jaime del Castillo <i>Presidente de la consultora internacional Información y Desarrollo, S.L. (INFYDE)</i></p>
17:00-18:00	<p>DEBATE FOCUS-GROUP <i>Debate entre los participantes sobre los intereses de los negocios enoturísticos para el desarrollo del capital humano y de iniciativas de asociatividad</i></p>
18:00	<p><i>Ceremonia de entrega de Diplomas a los alumnos de los cursos “Gestor de Empresa Enoturística” y de “Guía Enoturístico”</i></p>

**ANEXO 15/ CUESTIONARIO
COMPLETO “SISTEMA INICIAL DE
GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO):
EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE
ACTIVIDADES A LA EMPRESA
ENOTURÍSTICA DEL VALLE DEL
MAIPO”**

PLAN DE ASOCIACIONISMO Y CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

Sistema inicial de Gestión Organizacional (SIGO): Evaluación del impacto de actividades a la empresa enoturística del Valle del Maipo

	APRENDIZAJES DE LA CAPACITACIÓN APLICABLES A SU VIÑA	APRENDIZAJES DE LA CAPACITACIÓN APLICABLES A SU VIÑA	ACCIONES A EMPRENDER
1.1. Desarrollo del producto enoturístico			
1.1.1. Se identificó y caracterizó el producto y los servicios enoturísticos			
1.1.2. Se elaboró un estudio de factibilidad del producto enoturístico con la finalidad de evaluar su prospectiva en el mercado			
1.2 Análisis del mercado			
1.2.1. Se analizó la estructura de la demanda para agrupar el mercado de referencia en segmentos homogéneos			
1.2.2. Se desarrollan las estrategias adecuadas para posicionar el producto en los segmentos de mercado específicos			
1.3. Comercialización del producto enoturístico			
1.3.1. Se definió e implementan las acciones de distribución más adecuadas con el fin de ofrecer a los consumidores los productos y servicios			

<p>1.3.2. Se diseñó una estrategia e instrumentos de comunicación para ofrecer información de productos y servicios al público, intermediarios y clientes potenciales</p>			
<p>1.3.3. Se planifica e implementa acciones con el fin de gestionar las relaciones con el cliente e intermediarios integrándolas al Plan de Marketing del Área de Turismo de la Bodega</p>			
<p>1.3.4. Se promueven acciones que garantizan una sólida presencia en Internet en el área de Turismo de la Bodega orientadas a la promoción y la comercialización de sus productos y servicios</p>			
<p>2.1. Articulación del cluster enoturístico</p>			
<p>2.1.1. Se establecieron y consolidaron mecanismos regulares de coordinación y cooperación con las organizaciones de referencia locales, regionales y nacionales que tienen competencia en turismo del vino</p>			
<p>2.1.2. Se establecieron modalidades de coordinación y cooperación entre las bodegas comprometidas con el desarrollo del enoturismo</p>			
<p>2.1.3. Se articularon y consolidaron las relaciones con los actores que participan directa o indirectamente en la cadena de valor turística</p>			

<p>2.1.4. Se implementa una estrategia del Cluster en Internet que facilite la articulación entre las empresas para la promoción y comercialización de sus productos y servicios</p>			
<p>2.2. Responsabilidad de inversión social y ambiental</p>			
<p>2.2.1. Se identificaron los efectos que resultan de las actividades de la empresa y se definió su responsabilidad social</p>			
<p>2.2.2. Se identificaron los efectos que resultan de las actividades de la empresa y se definió su responsabilidad en el entorno</p>			
<p>2.2.3. Se diseñó e implementó un programa de actuación con el objetivo de adoptar acciones de responsabilidad e inversión social y ambiental</p>			
<p>3.1. Prestación profesional del servicio</p>			
<p>3.1.1. Se determinaron los requerimientos necesarios para todos los puestos de trabajo y elaboraron los perfiles profesionales del personal de planta y temporal</p>			
<p>3.1.2. Se promueve la contratación prioritaria de personal, proveedor y servicios locales</p>			
<p>3.2. Capacitación del personal</p>			

<p>3.2.1. Se establecen acciones de sensibilización orientadas a incorporar la cultura del vino en la prestación del servicio</p>			
<p>3.2.2. Se establecen las acciones de capacitación orientadas a incorporar la cultura del servicio y los conocimientos sobre turismo local</p>			
<p>3.2.3. Se elabora e implementa un plan anual de capacitación y se evalúa su cumplimiento</p>			
<p>4.1 Dirección estratégica</p>			
<p>4.1.1. Se definieron las políticas que orientarán las actividades, la comunicación y el modelo de trabajo para el producto enoturístico y realizó una planificación a corto y mediano plazo</p>			
<p>4.1.2. Se identificaron los principales indicadores de resultados del producto enoturístico y realiza su seguimiento periódico a fin de generar información para la toma de decisiones</p>			
<p>4.1.3. Se estableció un análisis de costos para el desarrollo y funcionamiento del producto enoturístico considerando sus impactos indirectos y aspectos financieros</p>			
<p>4.2. Servicios al visitante</p>			
<p>4.2.1. Se definieron los procesos del Área de Turismo de la bodega, así como sus estándares de calidad asociados, y se elaboraron los procedimientos para su control</p>			

<p>4.2.2. Se establece un sistema eficaz para asegurar que el producto y los servicios respondan satisfactoriamente a las necesidades de los visitantes.</p>			
<p>4.2.3. Se implementa un sistema eficaz para atender y resolver las sugerencias y reclamos que manifiestan los visitantes</p>			
<p>4.3. Herramientas de soporte a la gestión</p>			
<p>4.3.1. Se estableció y mantiene actualizado un sistema de gestión de registros y documentos elaborados por el Área de Turismo de la Bodega</p>			
<p>4.3.2. Se implementó un sistema de gestión con el fin de integrar la información proveniente de las actividades del Área de Turismo de la Bodega</p>			
<p>5.1. Áreas de uso turístico</p>			
<p>5.1.1. Se diseñaron y dispusieron de una señalización adecuada en el interior y exterior de la infraestructura e instalaciones, evitando ocasionar impactos visuales negativos</p>			
<p>5.1.2. Se implementan acciones para incorporar los requerimientos de las personas con discapacidad, movilidad y/o comunicación limitada para facilitar la accesibilidad, permanencia y uso de los espacios</p>			
<p>5.1.3. Se definió e implementa un procedimiento detallado para asegurar el correcto estado de conservación, la limpieza e higiene del área de uso turístico.</p>			

5.2. Uso de los espacios			
5.2.1. Se definieron y establecieron acciones preventivas que permitan brindar mayor seguridad a los visitantes y al personal durante la prestación del servicio			
5.2.2. Se definió e implementan acciones para evitar la saturación de los espacios por la afluencia de visitantes para garantizar la calidad de la experiencia turística			
5.3. Condiciones de seguridad			
5.3.1. Se definió y establecieron acciones preventivas que permitan brindar mayor seguridad a los visitantes y al personal durante la prestación del servicio			
5.2.2. Se establecieron los criterios e implementan los controles necesarios para asegurar la inocuidad y salubridad de todos los alimentos que se ofrecen.			
5.3.3. Se cuenta con seguros que cubran la responsabilidad comprensiva de la actividad y los eventuales accidentes de los visitantes y aquellos que imponen las autoridades competentes para su ejercicio			

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias*536
requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la
*Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 16/ INFORME DE EVALUACIÓN EXTERNA

INFORME DE EVALUACIÓN EXTERNA

PROYECTO

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

Dña. Lenia Planas

Doctora en Economía, Especialista en Innovación y Territorio

Enero 2018

ÍNDICE

1/INTRODUCCIÓN	3
2/ENFOQUE METODOLÓGICO.....	4
2.1/OBJETIVO DE LA EVALUACIÓN	4
2.2/HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS.....	5
3/ANÁLISIS DEL PROYECTO.....	5
3.1/DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	5
3.1/DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	7
3.2/RESULTADOS OBTENIDOS	8
4/EVALUACIÓN DEL PROYECTO	9
5/LECCIONES APRENDIDAS.....	12
5/PROPUESTAS DE MEJORA.....	13
5.1/MEJORAS PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO	13
5.2/MEJORAS PARA EL DESARROLLO FUTURO DE PROYECTOS DE CAPITAL HUMANO Y ASOCIATIVIDAD PARA EL ENOTURISMO	13
5.3/MEJORAS PARA LA COORDINACIÓN INSTITUCIONAL EN EL LEVANTAMIENTO DE PERFILES PROFESIONALES PARA EL ENOTURISMO	13

1/INTRODUCCIÓN

El presente documento registra la evaluación final del proyecto denominado “**Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana: Proyecto piloto en el Valle del Maipo**”, financiado por el **Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)**. El proyecto ha contado también con la colaboración del **Servicio Nacional de Turismo SERNATUR**.

SENCE, en el marco de la LEY 19.518, autorizó a la **OTIC Del Comercio, Servicios y Turismo de Chile**, a través de resolución exenta N°6056 de 30.12.2016, para utilizar parte del 5% de los aportes efectivos de sus empresas adherentes para el financiamiento del citado proyecto.

Para avanzar en este importante reto, la OTIC Del Comercio, Servicios y Turismo de Chile contrató los servicios de la consultora internacional Información y Desarrollo S.L. (INFYDE), para la realización del proyecto.

El objetivo del proyecto ha sido identificar nuevas ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano para impulsar el desarrollo competitivo de las empresas de enoturismo a través de la innovación, la calidad, la gestión, la internacionalización y la cooperación entre empresas del sector. Se ha tratado de un proyecto piloto de 8 meses de duración centrado en el Valle de Maipo.

El mismo se ha enmarcado en el período desde el 21 de Abril de 2017 hasta el 21 de Diciembre de 2017, con una **duración, en efecto, de 8 meses**.

El proyecto ha estado dirigido a bodegas con líneas de negocio enoturístico, a empresas de oferta complementaria para el enoturismo, y a instituciones locales de las comunas del Valle del Maipo.

A los efectos del proyecto, el **Valle enoturístico del Maipo** ha estado integrado por las comunas de **Buin, Pirque, Talagante, El Monte, Isla de Maipo y Paine**.

Los beneficiarios del proyecto han participado en un proceso integrado por las siguientes etapas:

- Etapa 1: Elaboración del Mapa Ocupacional.
- Etapa 2: Elaboración del Mapa Competencial.
- Etapa 3: Elaboración del Mapa de Capacitación. Identificación de las necesidades de capacitación.
- Etapa 4: Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red.
- Etapa 5a: Promoción de las actividades asociativas y de la capacidad de colaboración. Plan de Promoción del Asociacionismo.
- Etapa 5b: Organización y desarrollo de una gira tecnológica internacional para ver la experiencia en Mendoza.
- Etapa 6: Incorporación de contenidos sobre la metodología “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO) al Programa de Capacitación en Red.
- Etapa 7: Evaluación y acreditación de empresas enoturísticas.

2/ENFOQUE METODOLÓGICO

El propósito final de esta evaluación es analizar el proceso desarrollado, así como las actividades realizadas para la identificación de nuevas ocupaciones, competencias y capacidades del capital humano requerido para impulsar el desarrollo competitivo de las empresas de enoturismo a través de la innovación, la calidad, la gestión, la internacionalización y la cooperación entre empresas del sector, así como los resultados obtenidos durante el período de ejecución del mismo.

El contenido de este documento de evaluación presenta una introducción describiendo los antecedentes y características del proyecto, junto con un capítulo de enfoque metodológico que describe las tareas realizadas para la elaboración de un análisis y evaluación de los objetivos, las actividades y los resultados obtenidos por el proyecto.

Sobre esta base, este Informe de Evaluación presenta una descripción de las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto, así como un conjunto de propuestas de mejora en los ámbitos de la ejecución del proyecto, del desarrollo futuro de proyectos de capital humano y asociatividad para el enoturismo y de coordinación interinstitucional para la gestión de proyectos.

2.1/OBJETIVO DE LA EVALUACIÓN

Este ejercicio de evaluación externa del proyecto ha sido considerado como parte integral del contenido del proyecto desde el mismo momento de su definición.

Así, el objetivo de este Informe de Evaluación consiste en analizar y evaluar el proceso desarrollado para la organización y ejecución del proyecto, las actividades desarrolladas para promover el desarrollo de capital humano y la asociatividad entre las viñas del Valle del Maipo, y los resultados obtenidos durante el período comprendido entre el 21 de Abril de 2017 y el 21 de Diciembre de 2017.

Este objetivo incluye el análisis y evaluación de los factores externos e internos que han influido en el proyecto, los resultados alcanzados, los impactos de los resultados sobre el entorno de las viñas, de las instituciones y de la sociedad del valle del Maipo, entendido este como las comunas de Buin, Pirque, Talagante, El Monte, Isla de Maipo y Paine.

También incluye la identificación y descripción de lecciones aprendidas de esta experiencia y las áreas de mejora a implementar para el desarrollo de proyectos en este ámbito en el futuro.

2.2/HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

La metodología de evaluación del proyecto ha tomado como base la recopilación de información y valoraciones sobre el interés y el nivel de satisfacción de los beneficiarios con las actividades del proyecto.

También ha tomado como base el análisis de los documentos y entregables generados durante los 8 meses de desarrollo del proyecto.

Las variables centrales de la evaluación han sido el **proceso de gestión del proyecto**, las **actividades realizadas** y los **resultados obtenidos**.

Para ello, se ha realizado una recopilación de información cuantitativa y cualitativa de las actividades del proyecto, mediante **cuestionarios de satisfacción** entregados a los beneficiarios durante el desarrollo de las actividades, y mediante la recopilación de los informes y entregables generados por el proyecto.

Así, las fuentes de información utilizadas para la elaboración de este informe de Evaluación han sido las siguientes:

- **Fuentes primarias:** recopilación de información de los beneficiarios mediante cuestionarios de valoración y satisfacción.
- **Fuentes secundarias:** documentación relacionada con el proyecto desde su etapa de planificación hasta la finalización de las actividades del proyecto.

La información recopilada ha sido procesada y analizada, con la finalidad de alcanzar valoraciones sobre la relevancia, la efectividad, la eficiencia, el impacto y la sostenibilidad tanto de las actividades del proyecto como de sus resultados obtenidos durante todo su período de ejecución.

3/ANÁLISIS DEL PROYECTO

3.1/DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El **proceso** utilizado para la realización de las actividades del proyecto ha tenido un enfoque mixto. Por una parte, se ha realizado **trabajo de gabinete**, y por otra parte se ha organizado y puesto en marcha un **proceso participativo** dirigido a facilitar y promover la participación de las viñas, de las empresas de oferta complementaria y de las instituciones relacionadas con el enoturismo en el Valle del Maipo.

También se han realizado **reuniones con la contraparte técnica** para la planificación y ejecución de las actividades.

Los componentes del proceso de ejecución del proyecto han sido los siguientes:

PROCESO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	
PROCESO	ACTIVIDADES
TRABAJO DE GABINETE	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión documental • Procesamiento de estadísticas (para la realización del diagnóstico de situación del enoturismo en el Valle del Maipo) • Revisión de antecedentes, políticas y programas relacionados con el enoturismo a nivel regional y nacional • Elaboración de informes
PROCESO PARTICIPATIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas a viñas • Entrevistas a empresas de oferta complementaria • Entrevistas a instituciones nacionales, regionales y municipales • Entrevistas a centros de oferta formativa • Mesas de Contraste • Jornadas de asesoramiento y de difusión
PLANIFICACIÓN Y COORDINACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de planificación y coordinación con la contraparte técnica

El trabajo de gabinete ha sido utilizado para la 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.

El trabajo para la realización del proceso participativo con viñas, empresas y agentes formativos e institucionales se ha desarrollado durante toda la duración del proyecto. En la primera etapa, se ha elaborado un cuestionario diseñado como herramienta específica de recopilación de información de las viñas, empresas e instituciones. Esta herramienta ha servido de base para la realización de las entrevistas.

En esta primera etapa también se han realizado Mesas de Contraste en las que se ha invitado a todos los participantes en las entrevistas con el objetivo de presentarles el borrador de los informes de la etapa 1 y de recoger sus observaciones y consideraciones para incorporarlos a los informes y elaborar de esta forma las versiones definitivas de los entregables.

En las siguientes etapas del proyecto, el proceso participativo se ha desarrollado mediante la organización de nuevas entrevistas a viñas, empresas y agentes para identificar sus necesidades de asociatividad. También mediante jornadas de trabajo, de mesas de contraste y de jornadas de difusión de los resultados del proyecto.

En el proceso participativo **han participado unas 80 organizaciones**, incluyendo viñas, empresas de oferta complementaria, centros formativos e instituciones nacionales, regionales y municipales.

Finalmente, el trabajo de planificación y coordinación se ha desarrollado mediante reuniones periódicas con la contraparte técnica. Las reuniones se han celebrado con la participación de INFYDE, la OTIC del Comercio, SERNATUR Región Metropolitana y SENCE Región Metropolitana.

3.1/DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

El Plan de Trabajo se ha ejecutado mediante la realización de las actividades establecidas en el contrato entre la OTIC del Comercio e INFYDE. Estas actividades han sido las siguientes:

Etapas 1. Elaboración del mapa Ocupacional

- 1.1 Identificar la cadena de valor del sector enoturístico
- 1.2 Revisión bibliográfica y documental para correlacionar actividad económica y ocupaciones
- 1.3 Entrevistas en profundidad a empresas
- 1.4 Elaboración del borrador del Mapa Ocupacional. Herramienta de Diagnóstico
- 1.5 Contraste Mapa en Mesa de Trabajo 1
- 1.6 Redacción final del Mapa Ocupacional

Etapas 2. Elaboración del Mapa Competencial

- 2.1 Entrevistas en profundidad a empresas del sector enoturístico (cadena de valor)
- 2.2 Entrevistas en profundidad a empresas TIC y empresas tecnológicas
- 2.3 Revisión bibliográfica y documental sobre tendencias
- 2.4 Elaboración del borrador del Mapa Competencial
- 2.5 Contraste del borrador del Mapa Competencial en Mesa de Trabajo 2
- 2.6 Redacción de la versión final del Mapa Competencial

Etapas 3. Identificación de las necesidades de capacitación. Elaboración del Mapa de Capacitación

Tarea 3.1 Entrevistas en profundidad a entidades vinculadas a la oferta formativa para sector enoturismo

- Tarea 3.2 Entrevistas en profundidad a empresas del sector enoturístico y afines
- Tarea 3.3 Elaboración del borrador del Mapa de Capacitación
- Tarea 3.4 Contraste del borrador del mapa de capacitación a través de mesa de trabajo 3
- Tarea 3.5 Redacción de la versión final del Mapa de capacitación

Etapas 4. Establecimiento y desarrollo de Mapas Formativos. Programa de capacitación en Red

- Tarea 4.1 Definición de los Itinerarios Formativos
- Tarea 4.2 Definición del Programa de Capacitación
- Tarea 4.3 Difusión y comunicación del programa de formación y capacitación
- Tarea 4.4 Desarrollo del Programa de Capacitación en el Valle del Maipo

Etapas 5a. Promoción de las actividades asociativas y de la capacidad de colaboración. Plan de Promoción del Asociacionismo

- Tarea 5a.1 Entrevistas en profundidad a empresas Valle Maipo y de sectores afines en RM
- Tarea 5a.2 Entrevistas en profundidad a entidades públicas de apoyo
- Tarea 5a.3 Inclusión en el Plan de Formación de módulos específicos para la colaboración y el asociacionismo
- Tarea 5a.4 Desarrollo de dinámicas grupales. Mesa de trabajo 4
- Tarea 5a.5 Asistencia técnica experta para apoyar proyectos conjuntos

Etapa 5b. Organización y desarrollo de una gira tecnológica internacional para ver la experiencia en Mendoza

- Tarea 5b.1 Reunión de trabajo interna
- Tarea 5b.2 Identificación y selección de los participantes en la gira tecnológica
- Tarea 5b.3 Organización logística de la gira tecnológica
- Tarea 5b.4 Desarrollo de la gira tecnológica
- Tarea 5b.5 Elaboración de conclusiones

Etapa 6. Metodología SIGO

- Tarea 6.1 Incorporación de la metodología SIGO al Programa de Capacitación en Red

Etapa 7. Evaluación y acreditación de empresas enoturísticas

- Tarea 7.1 Evaluación externa del proyecto desarrollado
- Tarea 7.2 Identificación de mejoras a introducir
- Tarea 7.3 Definición del sistema de acreditación

Se ha realizado una revisión de las actividades realizadas y de los informes generados. Las actividades han sido realizadas y los informes entregados dentro de las fechas límite establecidas en el calendario del plan de trabajo detallado elaborado al inicio de cada etapa.

Los informes analizados contienen información relativa a las tareas establecidas en el plan de trabajo.

3.2/RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados obtenidos por el proyecto han sido presentados en los siguientes entregables:

- R1: Mapa Ocupacional
- R2: Herramienta de diagnóstico: determinación de ocupaciones por sector y subsectores
- R3: Mapa Competencial
- R4: Mapa de Capacitación
- R5: Programa de Formación y capacitación para el sector enoturístico
- R6: Plan de Promoción del Asociacionismo
- R7: Gira Tecnológica Internacional (Mendoza, Argentina)
- R8: Acuerdos binacionales para el desarrollo del sector enoturístico en Región Metropolitana
- R9: Recomendaciones de mejora para el Programa de Formación y Capacitación y para el Plan de Promoción del Asociacionismo

- R10: desarrollo de una metodología específica para el Valle del Maipo inspirada en la desarrollada por el Programa SIGO
- R11: Informe de evaluación externa del proyecto.
- R12: Sistema de acreditación de empresas enoturísticas en Región Metropolitana.

Se han analizado los entregables anteriores y se ha elaborado una valoración sobre la relevancia, la efectividad, la eficiencia, el impacto y la sostenibilidad tanto de las propias actividades del proyecto como de sus resultados obtenidos presentados en los anteriores entregables.

4/EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Relevancia

El enoturismo en el Valle del Maipo es un sector de actividad económica emergente. Las viñas están desarrollando nuevas líneas de negocio enoturístico como mecanismo para impulsar el marketing y la comercialización de sus vinos.

El capital humano del Valle del Maipo presenta una carencia de cualificación y especialización para el desarrollo de su actividad profesional en un sector nuevo como es el del enoturismo.

Las viñas del Valle del Maipo tienen una amplia tradición en el cultivo de la vid y en la producción y comercialización de vino, pero no tienen tanta experiencia en el desarrollo de actividades de servicios en el sector turístico.

Las viñas del Valle del Maipo tienen interés en desarrollar la asociatividad entre ellas para crear y posicionar una imagen enoturística del valle a nivel internacional, pero muestran carencias en el momento de definir actuaciones concretas para desarrollar la asociatividad.

Las viñas enoturísticas del valle no conocen el sistema nacional de cualificaciones ni tienen experiencia en el uso de los servicios de capacitación y homologación de perfiles profesionales de SENCE y ChileValora. Por ello, los trabajadores del enoturismo del valle encuentran dificultades para acceder a un reconocimiento oficial, mediante un grado reconocido por el sistema, de sus capacidades y competencias profesionales para desarrollar su actividad en el sector enoturístico.

Ello genera que las empresas enoturísticas del valle tengan muchas dificultades para encontrar a trabajadores adecuadamente preparados y profesionalizados para la realización de las actividades y servicios que requiere el enoturismo (guías, gestores empresariales concededores del sector enoturístico, gerentes de hotel, profesionales de la gastronomía, profesionales de servicios al turista, tour operadores, tecnólogos de tecnologías de la información y las redes sociales, entre otros).

Basado en lo antes expuesto, el proyecto de *“Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana: un proyecto piloto para el Valle del Maipo”*, ha sido relevante, ya que ha desarrollado y ha proporcionado un marco de oportunidades de desarrollo de capital humano y de organización de la asociatividad para los beneficiarios esperados, como han sido las viñas, las empresas de oferta complementaria, los centros educativos y formativos y las instituciones públicas del entorno.

Efectividad

El análisis de la documentación y de los entregables del proyecto refleja que en su marco de ejecución han participado más de 20 viñas, lo que representa más de las tres cuartas partes del total de las viñas identificadas en el Valle del Maipo que realizan actividades enoturísticas.

En el proyecto han participado la totalidad de las viñas grandes del valle que realizan enoturismo. También han participado un número muy significativo de medianas y pequeñas viñas del valle que realizan enoturismo.

Junto a ellas, han participado en el proyecto la totalidad de empresas de oferta complementaria que realizan tour operación enoturística en el valle. También la totalidad de los hoteles identificados en el valle que prestan servicios de alojamiento y de eventos con algún tipo de vinculación con el enoturismo. Adicionalmente, han participado una representación de los restaurantes y otras empresas de servicios turísticos que desarrollan su actividad de alguna forma relacionada con el enoturismo.

En el proyecto también han participado representantes del 100% de las municipalidades integrantes del Valle del Maipo (Talagante, Isla de Maipo, Buin, Pirque, El Monte y Paine). Han participado representantes locales competentes tanto del área de turismo como del desarrollo económico local. Además, han participado el 100% de las instituciones competentes en materia de turismo tanto a nivel nacional, como la Subsecretaría de turismo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, como a nivel regional, como SERNATUR Región Metropolitana. También han participado las instituciones competentes en materia de empleo y capacitación, como SENCE Región Metropolitana y Chile Valora.

A todo ello, se suma la participación en el proyecto de todas las asociaciones empresariales relacionadas con el vino y con el turismo, tanto de competencia nacional como regional.

Según las encuestas de satisfacción recogidas de los agentes durante las actividades del proyecto, el conjunto de actuaciones aplicado responde a los objetivos del proyecto y atiende a los retos que afrontan las empresas y el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo.

El proceso utilizado para el desarrollo de las actividades ha sido considerado como satisfactorio por los beneficiarios que han participado, habiendo reclamado la continuidad de nuevas actividades en el futuro.

El funcionamiento de las instituciones contrapartes dentro del proyecto se considera efectivo, ya que el resultado final observado es que las actividades establecidas en el contrato y en el plan de trabajo han sido desarrolladas por completo, y los resultados esperados han sido conseguidos habiendo sido presentados en los entregables correspondientes previstos. El funcionamiento de las actividades de planificación y coordinación entre los organismos involucrados en el proyecto (OTIC del Comercio, SENCE, SERNATUR e INFYDE) ha sido efectivo, dado que los resultados esperados han sido obtenidos en su totalidad. Sin embargo, se observa en las actas de reuniones de planificación y coordinación analizadas que no se han utilizado reuniones en las que participaran los 4 agentes a la vez, lo que puede haber dificultado la transparencia en el flujo de la información y la planificación de las actividades oportunas que en cada momento estuvieran recogidas y comprometidas en las resoluciones, contratos y planes de trabajo detallados.

Eficiencia

El proyecto se caracteriza porque las actividades y los recursos disponibles tienen como objetivo el desarrollo de capital humano y la promoción de la asociatividad entre empresas. Estos objetivos solo pueden ser cuantificables en el largo plazo, por lo que resulta complicado identificar en el corto plazo el rendimiento que ha tenido la inversión realizada.

Los beneficios del proyecto se deben evaluar en términos de conocimientos adquiridos por el capital humano, de reorganización de modelos de negocio enoturístico de las viñas y de orientación estratégica y operativa de actividades de asociatividad entre viñas y municipalidades del valle, y entre el valle y otros valles enoturísticos a nivel internacional (en el caso de este proyecto se han desarrollado actividades en este sentido con la Región de Mendoza en Argentina).

Por ello, la efectividad de la inversión y de las actividades realizadas se analiza en este caso mediante el nivel de participación de los beneficiarios esperados en las actividades propuestas. En este sentido, se observa que todas las actividades organizadas han tenido un nivel de participación alto. En las mesas de Contraste han participado un número representativo de viñas, empresas e instituciones, suficiente para que sus aportaciones y sus trabajos de contraste hayan aportado el valor añadido esperado.

Las actividades de capacitación y de gira tecnológica han tenido más demanda de participantes que las plazas y cupos habilitados para dichas actividades. Aun así, se han flexibilizado los cupos y se han ampliado el número de beneficiarios a los que se les ha dado la oportunidad de participar, para maximizar el impacto, el beneficio y la eficiencia de los recursos utilizados en las actividades.

En cuanto a las Jornadas de Difusión y sensibilización, han tenido una importante participación generando una expectativa en los beneficiarios que ha llevado a completar los foros de las salas de eventos en los que se han organizado las jornadas.

La eficiencia cronológica de las actividades planificadas se ha cumplido al 100% en todas las etapas del proyecto, lo que ha contribuido a que el proyecto se ejecutara en el ritmo adecuado y a que los beneficiarios percibieran resultados concretos y tangibles del proyecto que les beneficiaban en el corto plazo.

Las actividades ejecutadas han contribuido al cumplimiento de los objetivos planteados por el proyecto. Se han ejecutado el 100% de las actividades planificadas.

Impacto

Los impactos identificados del proyecto son los siguientes:

- Capital humano del Valle del Maipo atraído a las acciones de capacitación realizadas para su especialización en el sector enoturístico.
- Capital humano empleado de las viñas y de las empresas y de las municipalidades capacitado en materias relevantes para el desarrollo competitivo, de la innovación, de la calidad, de la gestión y de la internacionalización de negocios enoturísticos.
- Viñas enoturísticas involucradas en procesos de asociatividad y asesoramiento.

- Viñas enoturísticas involucradas en giras internacionales de aprendizaje y establecimiento de acuerdos de asociatividad.
- Instituciones locales del Valle del Maipo sensibilizadas y capacitadas en temas estratégicos para el desarrollo del enoturismo en el valle.

Sostenibilidad

La sostenibilidad identificada de los resultados alcanzados es la siguiente:

- Continuidad en las actividades de asociatividad, mediante la convocatoria de próximas reuniones para concretar actividades.
- Seguimiento a las actividades de capacitación, mediante el desarrollo de planes formativos homologados por la metodología SENCE, para su aplicación a nivel regional y nacional.
- Seguimiento de reuniones con Chile Valora y organismos sectoriales del vino y del turismo para el levantamiento de perfiles profesionales prioritarios para el sector enoturístico.
- Alineamiento y contribución de los resultados del proyecto a los objetivos del Programa Estratégico Meso-regional de Enoturismo Sustentable.

5/LECCIONES APRENDIDAS

Para contribuir en la configuración y diseño de experiencias futuras de expansión de este modelo se identifican un conjunto de lecciones aprendidas, las cuales destacan los principales aspectos a considerar para garantizar mayores éxitos.

- Las viñas enoturísticas y el capital humano del Valle del Maipo requieren cualificación y demandan especialización.
- La asociatividad para el enoturismo en el Valle del Maipo depende de la capacidad de las viñas y de las empresas de oferta complementaria (tour operadores, entre otros) de diseñar paquetes de rutas enoturísticas innovadoras, y crear y posicionar una imagen de enoturismo Valle del Maipo a nivel internacional.
- Resulta imprescindible ejecutar una adecuada planificación y cumplimiento de las actividades del proyecto y de su calendario, para garantizar la obtención de los resultados esperados.
- Resulta necesario garantizar la transparencia entre las contrapartes técnicas del proyecto para cumplir con las tareas establecidas en el contrato y en los planes de trabajo detallados.
- Resulta de mucho interés para los beneficiarios de este proyecto la realización de acciones de capacitación y giras tecnológicas de aprendizaje y de promoción de acuerdos de asociatividad.
- Las viñas enoturísticas demandan perfiles competenciales homologados para los profesionales del sector enoturístico del país.

5/PROPUESTAS DE MEJORA

5.1/MEJORAS PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

Las propuestas para la mejora en la ejecución de las actividades del proyecto son:

- Transparencia en la planificación de actividades entre los organismos contraparte técnica del proyecto.
- Desarrollo de la utilización de las herramientas tecnológicas para la comunicación, como son reuniones por Skype, comunicación telefónica, email y otros, que resultan muy útiles cuando existen varias contrapartes técnicas en la gestión de un proyecto.
- Restricción de las actividades a las tareas planificadas en los planes de trabajo y comprometidas en los documentos contractuales.

5.2/MEJORAS PARA EL DESARROLLO FUTURO DE PROYECTOS DE CAPITAL HUMANO Y ASOCIATIVIDAD PARA EL ENOTURISMO

Las propuestas de para el desarrollo futuro de proyectos de capital humano y asociatividad para el enoturismo son:

- El negocio del turismo y el negocio del vino tienen características y requieren modelos de negocio diferentes.
- Existen demandas de mejora en el conocimiento y comprensión de la cadena de valor del negocio turístico internacional.
- Se observa una alta demanda e interés, dado el nivel de participación observado en las actividades del proyecto, para impulsar la asociatividad entre las viñas del Valle del Maipo y de estas con valles enoturísticos a nivel internacional.

5.3/MEJORAS PARA LA COORDINACIÓN INSTITUCIONAL EN EL LEVANTAMIENTO DE PERFILES PROFESIONALES PARA EL ENOTURISMO

Las propuestas de mejora para la coordinación institucional en el levantamiento de perfiles profesionales para el enoturismo son:

- Coordinación entre los Organismos Sectoriales del vino y del turismo, que tienen realidades e intereses diferentes.
- Coordinación entre ChileValora, SENCE y las OTICs correspondientes relacionadas con el enoturismo, para promover estudios de investigación que contribuyan al levantamiento de perfiles profesionales homologados acordes con el Sistema Nacional de Cualificaciones.
- Coordinación entre los organismos institucionales competentes en materia de cualificación profesional de competencias para el enoturismo, y centros formativos especializados en este ámbito.

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias⁵⁵⁰ requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 17/ SISTEMA DE ACREDITACIÓN PARA EL ENOTURISMO

**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**

E12

*SISTEMA DE ACREDITACIÓN DEL
ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO*

infyde iD

Diciembre 2017

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Índice

1/ SISTEMA DE ACREDITACIÓN.....	2
1.1/ PLANES FORMATIVOS.....	2
1.2/ AVANCE DE ACTUACIONES.....	89

1/ SISTEMA DE ACREDITACIÓN

1.1/ PLANES FORMATIVOS

Este Sistema de Acreditación se encuentra integrado en el estado de avance de este proyecto por los siguientes Planes Formativos homologados por SENCE.



PLAN FORMATIVO GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	SECTOR	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
	SUB SECTOR	MUNICIPAL
	PERFILES ASOCIADOS	GESTRO MYPE
	NIVEL CUALIFICACION	Nivel 3
	FECHA VIGENCIA DEL PERFIL	-

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PLAN FORMATIVO			
NOMBRE	GESTOR (A) DE EMPRESA ENOTURISTICA	DURACIÓN	180
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	Los gestores de empresas enoturísticas están dedicados a diseñar, poner en marcha y desarrollar proyectos de desarrollo económico a nivel local. El campo laboral asociado del gestor será entre las municipalidades y las viñas, debe existir una coordinación entre las actividades de cooperación y asociatividad, entre los agentes de desarrollo local, instituciones, oferta complementaria entre otros.		
PERFIL(ES) OCUPACIONAL(ES) CHILEVALORA RELACIONADO(S)	No		
REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales.		

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

LICENCIA HABILITANTE PARTICIPANTE	Sin licencia.	
REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística.	
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Diagnosticar las potencialidades y necesidades de la comuna, articular y manejar redes en la comuna y territorio, gestionar agenda estratégica sobre desarrollo de la comuna, gestionar emprendimientos e inversiones, gestionar equipos de trabajos en la unidad, cumpliendo para ello con las normas y reglamentación internos vigentes en la Municipalidad y de otros servicios públicos y privados vinculados al sector.	
NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO	HORAS DE DURACIÓN
Módulo N°1	Estrategia	60
Módulo N°2	Gestión Económica-Financiera	60
Módulo N°3	Marketing Turístico	60
	TOTAL DE HORAS	180

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 1		
Nombre	ESTRATEGIA	
N° de horas asociadas al módulo	60	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturística.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Diseñar y Proyectar un negocio, reconociendo el comportamiento del turista, considerando el concepto y segmentación de los mercados.	1.1 Identifica el concepto de estrategia Enoturística. 1.2 Reconoce la importancia de las lógicas de funcionamiento de los sistemas de turismo y vitivinícola. 1.3 Entender la interrelación entre ambas dinámicas para generar oportunidades de negocios para la empresa Enoturística. 1.4 Detectar las similitudes y diferencias de los modelos turísticos del nuevo y viejo mundo.	1.1 Articulación y manejo de redes en la comuna. 1.2 Asesorar el desarrollo de emprendimientos en la comuna. 1.3 Diagnosticar las potencialidades y oportunidades de desarrollo económico de la comuna. 1.4 Formular programas y proyectos de desarrollo económico local.
A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.

Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

Para una correcta ejecución del plan se debe considerar la siguiente distribución de horas:

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

--

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

PERFIL DEL FACILITADOR

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<p>*Formación académica como profesional del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaler que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC. Para el facilitador(a).</p> <p>*1 Proyector multimedia para la sala.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Liquido corrector. Regla. Block grande.</p> <p>*Manual de la beneficiaria.</p> <p>*8 Plumones para pizarrón.</p> <p>*Libro de clases.</p> <p>*Pautas de evaluación por actividad</p> <p>*7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p> <p>*12 tacos post-it.</p>

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 2		
Nombre	GESTIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	
N° de horas asociadas al módulo	60	
Perfil ChileValora asociado al módulo	GESTOR (A) DE DESARROLLO LOCAL	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturística.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Reconocer el enoturismo como un modelo de negocio.	1.1. Identifica los elementos más relevantes para gestionar e iniciar un negocio. 1.2. Reconoce sus principales fortalezas y desafíos respecto de las distintas competencias emprendedoras personales para gestionar e iniciar un negocio. 1.3. Reconoce elementos para el diseño de un modelo de negocios.	1.1. Reconocer las clave del éxito en el enoturismo, el por qué se debe invertir en este negocio? 1.2. Como afecta a las economías locales y nacionales, la fuerte y prestigiosa presencia del Vino. 1.3. El enoturismo como eje de desarrollo en la mayoría de los estados, con presencia de Viñas, esta planificación estratégica cada vez más común en todos los países.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Definir dirección y estrategia del negocio enoturístico.</p>	<p>2.1. Identifica oportunidades de negocios y necesidades de mercado, considerando la participación de las viñas y los actores de desarrollo local.</p> <p>2.3. Identifica los elementos para definir potenciales clientes, mercado objetivo y potencial.</p> <p>2.4. Elabora un mapa de empatía de su segmento de clientes.</p> <p>2.5. Define los canales de distribución y comercialización para llegar a sus clientes.</p> <p>2.6. Relaciona la búsqueda de oportunidades de mercado y elección de un segmento de clientes con las habilidades de búsqueda de oportunidades e iniciativa.</p>	<p>2.1. Planificar, desarrollar y ejecutar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Plan de negocios.• Establecer relación con el trade local.• No saltar cadenas de comercialización.• Construir bases de datos y venta directa.• Detectar socios estratégicos de la zona.• Competitividad.
<p>3. Definir un producto y/o servicio para dar respuesta al segmento de clientes seleccionado, considerando sus habilidades de persuasión y redes de apoyo.</p>	<p>3.1. Construye un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para emprender (FODA).</p> <p>3.2. Diseña un producto y/o servicio, describiendo las características del mismo.</p> <p>3.3. Reconoce habilidades de persuasión y redes de apoyo para validar y definir propuesta de valor</p>	<p>3.1. Análisis FODA. Productos y/o servicios que se diferencien de la competencia existente. Persuasión y redes de apoyo, como una habilidad para validar y definir propuesta de valor.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>4. Determinar las actividades y recursos claves para la elaboración del producto y/o entrega del servicio, utilizando las habilidades de persuasión y redes de apoyo, de planificación y toma de riesgos regulados.</p>	<p>4.1. Reconoce los elementos que componen una cadena de valor, proveedores y aliados y redes. 4.2. Elabora una planificación de sus procesos y actividades claves para desarrollar su producto y/o servicio. 4.3. Crea un mapa de redes y aliados para comenzar y/o potenciar su negocio. 4.4. Identifica cómo las habilidades de persuasión y redes de apoyo, de planificación y toma de riesgos regulados influyen en la gestión de un negocio.</p>	<p>4. Análisis Cadena de Valor. Proveedores. Recursos claves. Actividades claves. Aliadas y aliados claves. Redes. Toma de riesgos calculados, planificación y control, habilidades que aportan al desarrollo de negocio. Persuasión y redes de apoyo, como una habilidad para trabajar con socios y socias clave.</p>
<p>5. Planificar ingresos y gastos, considerando el precio de su producto y/o servicio, y el costo de su producción, considerando sus habilidades para planificar sus ingresos a futuro.</p>	<p>5.1. Establece el precio de venta y costo de sus productos y/o servicios a entregar, considerando la valoración de su propia mano de obra y tiempo. 5.2. Planifica ingresos y gastos, separando sus finanzas personales, de la familia y el negocio. 5.3. Diseña una planilla de registro de gastos y ventas para visualizar cómo monitorear sus flujos de dinero. 5.4. Identifica las habilidades necesarias para planificar y monitorear sus costos y flujos de dinero en función de metas futuras.</p>	<p>5. Planificación de ingresos y gastos: Flujo de ingresos. Costos y valorización de su propio tiempo. Separación finanzas personales, de la familia y del negocio. Registros de gastos y ventas. Habilidades para planificar sus ingresos a futuro: fijarse metas y confianza en sí mismo. Definición de planificación y control de ingresos y gastos.</p>

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.

Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Aspectos formales a considerar:

1) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

2) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

3) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Formación académica como profesional del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Turismo Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo cuatro años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia. *1 Telón. *1 Pizarrón. *1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla. Lápices de colores. Block grande.</p>
<p>para el facilitador. Sistema de calefacción y ventilación. *Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>Cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*"Manual de la beneficiaria", por participante. *Una resma de Hojas blancas tamaño carta. *250 Tarjetas o cartulinas de 20x15 cm. *12 tacos post-it. *60 fichas de trabajo. *60 Pautas de evaluación. *6 Plumones de pizarra. *7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p>

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	MARKETING TURISTICO	
N° de horas asociadas al módulo	60	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturística.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Diseñar planes de marketing estratégico	1.1 Estudio de las tendencias de mercado enoturístico. 1.2 Diagnóstico de la situación del mercado enoturístico internacional. 1.3 Diseño de líneas estratégicas de acción de mercado.	1. Marketing y Análisis de mercado enoturístico. 2. Líneas estratégicas de marketing

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Reconocer los aspectos generales de la publicidad y el marketing en redes sociales de acuerdo a estrategias corporativas y normativa vigente.</p>	<p>2.1 Reconoce aspectos generales de la publicidad y marketing en relación a las plataformas de redes sociales. 2.2 Identifica relación de productos y servicios en relación a la segmentación del mercado y los objetivos de acuerdo a las diferentes plataformas digitales. 1.3 Nombra tipos de mensajes y formatos publicitarios en redes sociales. 1.4 Describe herramientas de soporte tecnológico para la elaboración de mensajes publicitarios de acuerdo a criterios de marketing en redes sociales.</p>	<p>2. Introducción a la Publicidad y Marketing: Ciclo de Vida de Productos y Servicios. Segmentación de Mercados, Participación y Objetivos. Mensajes Publicitarios. Formatos Publicitarios. Tecnologías de soporte para la elaboración de mensajes comunicacionales publicitarios; herramientas (Photoshop, Adobe, Illustrator, imovie, etc.) Criterios para la selección de medios y soportes.</p>
---	---	--

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Aplicar técnicas de planificación de campañas publicitarias en comunidades web de acuerdo a necesidades corporativas.</p>	<p>3.1 Reconoce técnicas de programación de una campaña publicitaria de acuerdo a necesidades de contenidos en redes sociales.</p> <p>3.2 Aplica técnicas publicitarias en plataformas de redes sociales de acuerdo a necesidades e instrucciones de marketing.</p> <p>3.3 Describe tipo de campañas publicitarias y posicionamiento de productos y servicios en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing.</p>	<p>3. Planificación de campañas publicitarias en redes sociales: Técnicas de programación y control de proyectos en campañas publicitarias. Técnicas de recopilación de información para la elaboración de un Presupuesto, según costos asociados a campañas publicitarias en redes sociales. Técnicas publicitarias en redes sociales. Campañas publicitarias y marketing de posicionamiento de productos o servicios.</p>
<p>4. Realizar informes de seguimiento y bases de datos de las campañas publicitarias en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing y protocolos de la empresa.</p>	<p>4.1 Elabora bases de datos respecto de campañas publicitarias de acuerdo a instrucciones recibidas y criterios técnicos.</p> <p>4.2 Monitorea desarrollo de campañas publicitarias en plataformas web de acuerdo a instrucciones recibidas y protocolos de marketing.</p> <p>4.3 Redacta informes respecto de campañas</p>	<p>4. Informes de seguimientos y bases de datos: Informes de seguimiento. Bases de datos de campañas publicitarias. Operaciones básicas con planillas de cálculo electrónicas. Tablas y Gráficos. Redacción de Informes. Monitoreo de campañas publicitarias.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	publicitarias realizadas e implementadas en redes sociales de acuerdo a protocolos e instrucciones recibidas.	
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO		
A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.

Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Aspectos formales a considerar:

1) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

2) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

3) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Formación académica como profesional del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo cuatro años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
<p>Infraestructura</p>	<p>Equipos y herramientas</p>	<p>Materiales e insumos</p>
<p>*Sala multi-taller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente a la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia. *1 Telón. *1 Pizarrón. *1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla. *Manual de la beneficiaria, por participante. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases. *Una resma de Hojas blancas tamaño carta *250 Tarjetas o cartulinas de 20x15 cm. *60 fichas de trabajo. *60 Pautas de evaluación. *6 Plumones para pizarra. *30 Calculadoras. *7 papelógrafos en papel kraf o cartulina por clase.</p>



PLAN FORMATIVO GUÍA ENOTURÍSTICO

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	SECTOR	GASTRONOMÍA, HOTELERÍA Y TURISMO
	SUB SECTOR	TURISMO
	PERFILES ASOCIADOS	GUÍA TURÍSTICO GENERAL
	NIVEL CUALIFICACION	2
	FECHA VIGENCIA DEL PERFIL	NO APLICA

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

PLAN FORMATIVO			
NOMBRE	GUÍA ENOTURÍSTICO	DURACIÓN	290
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	El guía enoturístico desempeñara tareas relacionadas con recibir, despedir, informar, orientar, acompañar y asistir a visitantes ya sea en aeropuertos, puertos, hoteles, ciudades, pueblos, viñas. El o la guía informa y orienta sobre el patrimonio histórico en torno a la cultura y turismo del vino, sus diversos atractivos turísticos más relevantes de la zona visitada.		
PERFIL(ES) OCUPACIONAL(ES) CHILEVALORA RELACIONADO(S)	Sin perfil relacionado.		
REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales.		
LICENCIA HABILITANTE PARTICIPANTE	No requiere.		
REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y primeros auxilios.		
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Manejar Desarrollar capacidades para la gestión de visitas y eventos ecoturísticos en bodegas de Viñas de la zona y oferta complementaria relacionada con el mundo del vino, Manejo de situaciones imprevistas, Manejo de grupo, técnicas que promuevan la atención y participación de los turistas. Diseñar un Plan de contingencia en caso de emergencia.		
NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO	HORAS DE DURACIÓN	
Módulo N°1	HISTORIA, CULTURA Y TURISMO DEL VINO	90	
Módulo N°2	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A TURISTAS	80	
Módulo N°3	PORTUGUÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURISTICA BÁSICA	120	
	TOTAL DE HORAS	290	

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 1		
Nombre	HISTORIA, CULTURA Y TURISMO DEL VINO	
N° de horas asociadas al módulo	90	
Perfil ChileValora asociado al módulo	GUÍA TURÍSTICO GENERAL	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y primeros auxilios.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades para la gestión de visitas, eventos enoturísticos y conocimientos generales, específicos en torno al patrimonio cultural enoturístico.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Reconocer las principales características del sector Turismo.	1.1 Identifica la historia y las principales características del sector Enoturístico.	1.1 Historia vitivinícola internacional y local. 1.2 Vitivinicultura y enología local. 1.3 Conociendo los tipos de Cepas y catas de vino. 1.4 Experiencias de Guia enoturístico 1.5 Mapa de oferta enoturística. (Gastronomía, alojamiento, ocio, deporte, Vendimias, turismo experiencial u otros) 1.6 Viajes y Desplazamientos permanentes en torno al enoturismo. 1.7 Estacionalidad de la demanda en el mundo del enoturismo 1.8 Redes de asociatividad para la Gestión de nuevos destinos enoturísticos. (Viñas, oferta complementaria: hoteles y restaurantes, transporte u otras)

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.		

El presente módulo es eminentemente teórico, por lo que se sugiere distribuir la formación en un 60% de actividades teóricas y un 40% de actividades prácticas según las metodologías que se detallan.

Para las actividades teóricas se sugiere:

- Se utiliza la metodología expositiva para el desarrollo de los contenidos anteriormente presentados.
- Se deberá mantener durante toda la actividad una actitud cercana con los participantes, facilitando la integración y manteniendo el interés de todos los participantes.

Para las actividades prácticas se sugiere:

- Desarrollar actividades grupales, dando instancia para comentar con toda la clase el desarrollo de los contenidos aprendidos.
- Invitar a un experto del sector que pueda dar su experiencia para que los alumnos puedan saber y conocer en concreto lo que ofrece el sector en sí.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Aspectos formales a considerar:

1) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

2) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

3) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

PERFIL DEL FACILITADOR

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<p>*Formación académica como profesional del área de Turismo, Viticultura, Enología o Ciencias Sociales, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Turismo, Viticultura, Enología o Ciencias Sociales, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaler que cuente con acceso universal y al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC. Para el facilitador(a).</p> <p>*1 Proyector multimedia para la sala.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector.</p> <p>Regla. Block grande.</p> <p>*Manual de la beneficiaria.</p> <p>*8 Plumones para pizarrón.</p> <p>*Libro de clases.</p> <p>*Pautas de evaluación por actividad</p> <p>*7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p> <p>*12 tacos post-it.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MÓDULO FORMATIVO N° 2		
Nombre	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A TURISTAS	
N° de horas asociadas al módulo	80	
Perfil ChileValora asociado al módulo	GUÍA TURÍSTICO GENERAL	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y primeros auxilios.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades comunicacionales de acuerdo a protocolos de atención y procedimientos generalmente utilizados en el sector.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Aplicar normas básicas de presentación personal y comportamiento de acuerdo al rol de guía turístico.	1.1. Utiliza uniforme o vestuario de acuerdo a sus funciones. 1.2 Aplica higiene y presentación personal de acuerdo a requisitos de las funciones a ejercer. 1.3 Utiliza correctamente lenguaje formal e informal con compañeros de trabajo, superiores y clientes de acuerdo a situación y contexto. 1.4 Utiliza el ritmo, tono de voz, velocidad, énfasis y modulación adecuados al tipo de información, las características de su interlocutor y el contexto en los servicios de atención a personas. 1.5 Aplica actitudes formales y de acuerdo al rol que cumple un guía turístico.	1. Presentación personal: <ul style="list-style-type: none">• Normas de higiene personal.• Uso del uniforme institucional.• Peinado y accesorios.• Normas de comportamiento• Uso del lenguaje en la rutina diaria

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Aplicar elementos y características del lenguaje en los procesos comunicacionales que se desarrollan en la empresa.</p>	<p>2.1. Identifica los componentes de un proceso de comunicación, distinguiendo sus niveles en las interacciones establecidas con sus pares, subalternos, jefaturas y clientes.</p> <p>2.2. Identifica los factores personales que favorecen una comunicación eficiente.</p> <p>2.3 Corrige los vicios idiomáticos más frecuentes (cacofonías, ambigüedades, solecismos y monotonías) del discurso utilizado en la atención a clientes.</p> <p>2.4 Se expresa en forma oral o escrita con un discurso ordenado, lógico, comprensible y sintético en contexto de atención a clientes.</p> <p>2.5 Utiliza un lenguaje corporal adecuado en los procesos de comunicación con los clientes.</p> <p>2.5 Utiliza en forma oral o escrita un vocabulario variado, profesional y técnico acorde a la atención a clientes y a la naturaleza de la materia a tratar.</p> <p>2.6 Elabora un relato de la experiencia vinícola para el turista, utilizando conceptos que permitan la conducción y animación turística.</p>	<p>2. Técnicas de la Expresión Oral y Escrita:</p> <p>- Comunicación Oral y Escrita:</p> <ul style="list-style-type: none">• Concepto y Proceso• Utilidad, Necesidad, Retroalimentación• Tipos de Comunicación• Niveles del habla• Funciones del Lenguaje <p>- Vicios Idiomáticos</p> <p>- Normas de Ortografía.</p> <p>- Formas de Expresión Oral:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conversación y Diálogo• Descripción y Narración• Exposición y Disertación <p>- Forma Oral Planificada:</p> <ul style="list-style-type: none">• El discurso• Métodos de organización de ideas. <p>- Forma corporal.</p>
<p>3. Manejar técnicas de atención de cliente en base a la calidad del servicio.</p>	<p>3.1 Aplica correctamente los procedimientos para una atención personalizada y eficiente.</p> <p>3.2 Adopta correctamente una actitud de trato amable e interés por el interlocutor y su petición.</p> <p>3.3 Realiza una atención esmerada y con extremada diligencia.</p> <p>3.4 Recepciona con prontitud las peticiones, identificando la información y/o documentación correcta para dar respuestas adecuadas al cliente.</p> <p>3.5 Recepciona adecuadamente las peticiones vía teléfono para una pronta respuesta al usuario.</p> <p>3.6 Ofrece servicios eficientes a través de una comunicación verdadera, apropiada, positiva y completa.</p>	<p>3. Técnicas de atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Manejo de grupos.• Liderazgo.• Cordialidad y cortesía en la atención al cliente.• Técnicas básicas de comunicación y atención al cliente.• Tipologías de clientes.• Detección de necesidades del cliente.• Técnicas para el manejo de objeciones.• Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional.• Atención a visitas

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO		
A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.		
Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.		
Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Aspectos formales a considerar:

4) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

5) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

6) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<p>*Formación académica como profesional del área de Periodismo o de las Ciencias Sociales, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Periodismo o de las Ciencias Sociales, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en enoturismo de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaler con acceso universal que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para el facilitador. Sistema de calefacción y ventilación. *Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Liquido corrector.</p> <p>Regla. Lápices de colores.</p> <p>Block grande.</p> <p>*"Manual de la beneficiaria", por participante.</p> <p>*Una resma de Hojas blancas tamaño carta.</p> <p>*250 Tarjetas o cartulinas de 20x15 cm.</p> <p>*12 tacos post-it.</p> <p>*60 fichas de trabajo.</p> <p>*60 Pautas de evaluación.</p> <p>*6 Plumones de pizarra.</p> <p>*7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	PORTUGUÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA BÁSICA	
N° de horas asociadas al módulo	120	
Perfil ChileValora asociado al módulo	GUÍA TURÍSTICO GENERAL	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y primeros auxilios.	
Competencia del módulo	Comunicarse en portugués con uno o varios interlocutores, en situaciones del ámbito del servicio de guía enoturístico.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1.- Interpretar mensajes orales emitidos por el turista en idioma portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	1.1. Reconoce los nombres en portugués de diversas zonas geográficas o patrimoniales de la zona turística, de acuerdo a su traducción al español. 1.2 Reconoce palabras emitidas en portugués por los turistas, de acuerdo a su significado en español. 1.3 Traduce palabras y frases emitidas por el turista en portugués de acuerdo a su significado en español.	1. Interpretación de palabras y mensajes en portugués en el servicio de información turística: <ul style="list-style-type: none">• Terminología turística.• Servicios en el módulo de informaciones.• Lugares y servicios demandados por turistas.• Saludo y despedida del turista.• Funciones del informador turístico.
2. Expresar mensajes verbales en portugués, dirigidos al turista, utilizando un vocabulario compartido a nivel internacional, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	2.1. Saluda y se despide en portugués con el turista de forma clara. 2.2 Pronuncia mensajes en portugués entregando información al turista según requerimientos.	2. Emisión de mensajes verbales en portugués dirigidos al turista: <ul style="list-style-type: none">• Saludo y despedida al turista.• Atención de demandas de información sobre diversos temas relacionados con información turística.• Atención de requerimientos de diversos servicios.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Interpretar textos en portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>3.1. Traduce textos escritos en portugués de acuerdo a su significado en español. 3.2 Interpreta el significado de información escrita en portugués entregados por el turista. 3.3 Traduce información turística presente en folletos o trípticos en portugués de acuerdo a su significado en español.</p>	<p>3. Lectura de mensajes, instrucciones o requerimientos en portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprensión oral y comprensión de lectura.• Estructuras gramaticales básicas.• Estructuras y expresiones propias de este contexto.
<p>4. Producir mensajes escritos en portugués, breves, ajustados a criterios básicos de corrección gramatical empleando un vocabulario sencillo, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>4.1. Traduce mensajes escritos en español al portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma. 4.2 Escribe mensajes en portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma.</p>	<p>4. Redacción de mensajes en portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gramática general en portugués.• Vocabulario frecuente en el servicio de entrega de información turística.• Frases propias del servicio de entrega de información turística en portugués.
<p>5. Interactuar con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>5.1 Inicia conversaciones en portugués en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.2 Interactúa en portugués con uno o varios interlocutores en distintas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.3 Responde preguntas de diversos interlocutores en idioma portugués de acuerdo al tipo de información requerida.</p>	<p>5. Conversación en idioma portugués con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones de la entrega de información turística:</p> <ul style="list-style-type: none">• Expresiones (<i>idioms</i>) referentes al contexto de la entrega de información turística.• Vocabulario específico• Entrega de información turística en portugués vía llamada telefónica.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.

En la propuesta técnica, se debe proponer una metodología para capacitación modalidad presencial sobre Servicios de Información Turística, por cada unidad de aprendizaje, que sea adecuada, suficiente y pertinente para las competencias a desarrollar, teniendo en cuenta el perfil de los participantes. La metodología debe buscar el desarrollo integrado, a través de la acción, de conocimientos, habilidades y actitudes, mediante el uso de métodos, técnicas o estrategias didácticas como implementación de proyectos, resolución de problemas, análisis de casos, simulaciones de procesos, etc.

La metodología debe considerar, como mínimo, un 70 % del tiempo destinado a trabajo práctico. Se entiende por trabajo práctico toda actividad de aplicación de conocimientos. Las actividades a realizar en el módulo de portugués aplicado a la información turística deben organizarse de modo de garantizar que el tiempo de práctica requerido sea el óptimo para todos los integrantes de los cursos.

En la propuesta metodológica, refiérase concretamente a los métodos, técnicas, medios y recursos didácticos que utilizará; a las actividades que se realizarán y a su organización; a las horas de práctica individual que tiene contempladas para la comunicación en portugués con uno o varios interlocutores en situaciones del ámbito de información turística. etc.

Cada actividad realizada en la sesión debe contemplar la realización previa por parte del facilitador, junto con las instrucciones y procedimientos asociados. Los participantes deberán realizar la actividad práctica individual o grupal con el acompañamiento del facilitador, hasta que demuestren que pueden realizarlo por si solos. Finalmente, el facilitador debe permitir la reflexión grupal respecto de los aprendizajes logrados durante la sesión, antes de pasar a la etapa de cierre de la clase.

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El proceso evaluativo debe considerar distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes requeridas para el buen desempeño de los participantes como Guía enoturístico. Se sugiere en este sentido trabajar evaluaciones de tipo diagnóstica, formativa y sumativa, tanto al inicio del módulo como en el desarrollo y cierre del mismo.

Todo proceso evaluativo implica la toma de decisiones para la mejora continua del proceso de capacitación, por lo que para el módulo de portugués aplicado al servicio de información turística se sugieren aplicar instrumentos de evaluación como:

- Role playing en parejas, donde los participantes compartirán rol de informador y turista respectivamente, mostrando un saludo, entrega de información y despedida, respondiendo preguntas relacionadas a un atractivo turístico determinado.
- Ejercicio individual donde los participantes deberán responder preguntas relacionadas con un texto con información turística en idioma portugués, el cual deberán leer para luego dar respuesta al facilitador.
- Ejercicio individual para la redacción de una descripción de un sitio de interés turístico en portugués.
- Dinámica grupal de conversación e interacción con otros participantes simulando ser un grupo de turistas que realizan preguntas en portugués respecto de un sitio de interés turístico.

Las dificultades detectadas en la evaluación de proceso deben tratarse, introduciendo medidas correctivas que permitan posibilitar y potenciar el éxito del aprendizaje.

Cada participante debe contar con un portafolio de evidencias de las competencias logradas en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, listas de chequeo, pruebas, etc.

Para registrar la evaluación de los aprendizajes logrados en cada módulo, el OTEC deberá aplicar el instrumento de oficial denominado "Instrumento de evaluación de la capacitación para el desarrollo de competencias laborales". La calificación del participante expresarse en términos de "módulo aprobado" o "módulo y aun no probado". Este documento constituirá el instrumento oficial que evidenciará las capacidades logradas por el participante y deberá llevar su firma y la del facilitador

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

- Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente.
- Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector.
- Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.

Opción 2

- Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente.
- Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.

Opción 3

- Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector.
- Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.

RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO

Infraestructura

Equipos y herramientas

Materiales e insumos

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Sala multi-taller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con:</p> <p>Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria.</p> <ul style="list-style-type: none">• Escritorio y silla para el facilitador.• Sistema de calefacción y ventilación.• Infraestructura que simule un stand de entrega de información turística.• Laboratorio de computación con acceso a internet. <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p> <p>Computador para cada participante (*). Parlantes en sala.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Archivador para cada participante.• Croquera o cuaderno para apuntes para cada participante.• Lápiz pasta para cada participante.• Lápiz grafito para cada participante.• Goma de borrar para cada participante.• Regla para cada participante.• Pautas de evaluación de procedimientos.• Plumones para pizarrón.• Libro de clases.• Manual del participante que contemple todos los contenidos especificados para este módulo.• Diccionarios de portugués técnico del ámbito hotelero.• Recursos audiovisuales en portugués.• Folletos y trípticos con información turística en portugués.• Mapa de Chile con descripción geográfica y/o turística en idioma portugués.
---	--	---

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo



PLAN FORMATIVO GESTOR DE HOTEL

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	SECTOR	ALOJAMIENTO
	SUB SECTOR	HOTELERÍA
	PERFILES ASOCIADOS	NO
	NIVEL CUALIFICACION	3
	FECHA VIGENCIA DEL PERFIL	-

PLAN FORMATIVO			
NOMBRE	GESTOR (A) DE HOTEL	DURACIÓN	310
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	El profesional Gestor de Hotel está formado para realizar tareas de gestión administrativa en hoteles, diseñar paquetes y planes enoturísticos, desarrollar planes de promoción que incrementen el desarrollo enoturístico y hotelero. El Gestor de Hotel puede trabajar en distintas áreas que componen el sub-sector, tales como: alojamientos y empresas turísticas, tales como centros de salud, parques, restaurantes, cruceros, hostales o moteles.		
PERFIL(ES) OCUPACIONAL(ES) CHILEVALORA RELACIONADO(S)	No		
REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales.		
LICENCIA HABILITANTE PARTICIPANTE	Sin licencia.		
REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Formación académica técnica en materias relacionadas con el mercado la administración de alojamientos, de preferencia ligados con el mundo del enoturismo, oferta complementaria entre otros.		
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Brindar competencias multidisciplinarias enfocadas al rubro de alojamiento enoturístico, estas competencias están basadas principalmente en Gestión Financiera, conocimientos de Marketing, Análisis de Mercado, Gestión de Calidad, Prevención de Riesgo, habilidades para trabar en equipo e idiomas. El gestor de Hotel debe presentar una variedad de conocimientos multidisciplinarios, para trabajar en las diversas áreas de gestión turística hotelera.		
NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO		HORAS DE DURACIÓN
Módulo N°1	Marketing estratégico turístico.		60
Módulo N°2	Gestión económica financiera.		100

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Módulo N°3	Inglés y portugués aplicado al servicio de información turística hotelera.	150
TOTAL DE HORAS		310

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MÓDULO FORMATIVO N° 1		
Nombre	MARKETING ESTRATEGICO TURÍSTICO.	
N° de horas asociadas al módulo	60	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística. Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones básicas de computación.	
Competencia del módulo	Planificar campañas y elaborar contenido publicitario para redes sociales de productos o servicios propios de la organización de acuerdo a los criterios de marketing de la empresa.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
2. Diseñar planes de marketing estratégico	1.1 Estudio de las tendencias de mercado enoturístico. 1.2 Diagnóstico de la situación del mercado enoturístico internacional. 1.3 Diseño de líneas estratégicas de acción de mercado.	3. Marketing y Análisis de mercado enoturístico. 4. Líneas estratégicas de marketing
2. Reconocer los aspectos generales de la publicidad y el marketing en redes sociales de acuerdo a estrategias corporativas y normativa vigente.	2.1 Reconoce aspectos generales de la publicidad y marketing en relación a las plataformas de redes sociales. 2.2 Identifica relación de productos y servicios en relación a la segmentación del mercado y los objetivos de acuerdo a las diferentes plataformas digitales. 1.3 Nombra tipos de mensajes y formatos publicitarios en redes sociales. 1.4 Describe herramientas de soporte tecnológico para la elaboración de mensajes publicitarios de acuerdo a criterios de marketing en redes sociales.	2. Introducción a la Publicidad y Marketing: Ciclo de Vida de Productos y Servicios. Segmentación de Mercados, Participación y Objetivos. Mensajes Publicitarios. Formatos Publicitarios. Tecnologías de soporte para la elaboración de mensajes comunicacionales publicitarios; herramientas (Photoshop, Adobe, Illustrator, imovie, etc.) Criterios para la selección de medios y soportes.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Aplicar técnicas de planificación de campañas publicitarias en comunidades web de acuerdo a necesidades corporativas.</p>	<p>3.1 Reconoce técnicas de programación de una campaña publicitaria de acuerdo a necesidades de contenidos en redes sociales.</p> <p>3.2 Aplica técnicas publicitarias en plataformas de redes sociales de acuerdo a necesidades e instrucciones de marketing.</p> <p>3.3 Describe tipo de campañas publicitarias y posicionamiento de productos y servicios en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing.</p>	<p>3. Planificación de campañas publicitarias en redes sociales: Técnicas de programación y control de proyectos en campañas publicitarias. Técnicas de recopilación de información para la elaboración de un Presupuesto, según costos asociados a campañas publicitarias en redes sociales. Técnicas publicitarias en redes sociales. Campañas publicitarias y marketing de posicionamiento de productos o servicios.</p>
<p>4. Realizar informes de seguimiento y bases de datos de las campañas publicitarias en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing y protocolos de la empresa.</p>	<p>4.1 Elabora bases de datos respecto de campañas publicitarias de acuerdo a instrucciones recibidas y criterios técnicos.</p> <p>4.2 Monitorea desarrollo de campañas publicitarias en plataformas web de acuerdo a instrucciones recibidas y protocolos de marketing.</p> <p>4.3 Redacta informes respecto de campañas publicitarias realizadas e implementadas en redes sociales de acuerdo a protocolos e instrucciones recibidas.</p>	<p>4. Informes de seguimientos y bases de datos: Informes de seguimiento. Bases de datos de campañas publicitarias. Operaciones básicas con planillas de cálculo electrónicas. Tablas y Gráficos. Redacción de Informes. Monitoreo de campañas publicitarias.</p>
<p>A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.</p>		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.

Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

Para una correcta ejecución del plan se debe considerar la siguiente distribución de horas:

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Aspectos formales a considerar:

4) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

5) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

6) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Formación académica como profesional del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo cuatro años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC. Para el facilitador(a).</p> <p>*1 Proyector multimedia para la sala.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector.</p> <p>Regla. Block grande.</p> <p>*Manual de la beneficiaria.</p> <p>*8 Plumones para pizarrón.</p> <p>*Libro de clases.</p> <p>*Pautas de evaluación por actividad</p> <p>*7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p> <p>*12 tacos post-it.</p>

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 2		
Nombre	GESTIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	
N° de horas asociadas al módulo	100	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERIL ASOCIADO	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Formación académica y técnica en materias de desarrollo local y descentralización. Gestores de líneas de negocio de enoturismo, profesionales con interés en desarrollar su carrera profesional en gestión de líneas de negocio enoturística.	
Competencia del módulo	Desarrollar capacidades para la gestión de una línea de negocio enoturística.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Reconocer el enoturismo como un modelo de negocio.	1.1. Identifica los elementos más relevantes para gestionar e iniciar un negocio. 1.2. Reconoce sus principales fortalezas y desafíos respecto de las distintas competencias emprendedoras personales para gestionar e iniciar un negocio. 1.3. Reconoce elementos para el diseño de un modelo de negocios.	1.1. Reconocer las clave del éxito en el enoturismo, el por qué se debe invertir en este negocio? 1.2. Como afecta a las economías locales y nacionales, la fuerte y prestigiosa presencia del Vino. 1.3. El enoturismo como eje de desarrollo en la mayoría de los estados, con presencia de Viñas, esta planificación estratégica cada vez más común en todos los países.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Definir dirección y estrategia del negocio enoturístico.</p>	<p>2.1. Identifica oportunidades de negocios y necesidades de mercado, considerando la participación de las viñas y los actores de desarrollo local.</p> <p>2.3. Identifica los elementos para definir potenciales clientes, mercado objetivo y potencial.</p> <p>2.4. Elabora un mapa de empatía de su segmento de clientes.</p> <p>2.5. Define los canales de distribución y comercialización para llegar a sus clientes.</p> <p>2.6. Relaciona la búsqueda de oportunidades de mercado y elección de un segmento de clientes con las habilidades de búsqueda de oportunidades e iniciativa.</p>	<p>2.1. Planificar, desarrollar y ejecutar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Plan de negocios.• Establecer relación con el trade local.• No saltar cadenas de comercialización.• Construir bases de datos y venta directa.• Detectar socios estratégicos de la zona.• Competitividad.
<p>3. Definir un producto y/o servicio para dar respuesta al segmento de clientes seleccionado, considerando sus habilidades de persuasión y redes de apoyo.</p>	<p>3.1. Construye un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para emprender (FODA).</p> <p>3.2. Diseña un producto y/o servicio, describiendo las características del mismo.</p> <p>3.3. Reconoce habilidades de persuasión y redes de apoyo para validar y definir propuesta de valor</p>	<p>3.1. Análisis FODA. Productos y/o servicios que se diferencian de la competencia existente. Persuasión y redes de apoyo, como una habilidad para validar y definir propuesta de valor.</p>
<p>4. Determinar las actividades y recursos claves para la elaboración del producto y/o entrega del servicio, utilizando las habilidades de persuasión y redes de apoyo, de planificación y toma de riesgos regulados.</p>	<p>4.1. Reconoce los elementos que componen una cadena de valor, proveedores y aliados y redes.</p> <p>4.2. Elabora una planificación de sus procesos y actividades claves para desarrollar su producto y/o servicio.</p> <p>4.3. Crea un mapa de redes y aliados para comenzar y/o potenciar su negocio.</p> <p>4.4. Identifica cómo las habilidades de persuasión y redes de apoyo, de planificación y toma de riesgos regulados influyen en la gestión de un negocio.</p>	<p>4. Análisis Cadena de Valor. Proveedores. Recursos claves. Actividades claves. Aliadas y aliados claves. Redes. Toma de riesgos calculados, planificación y control, habilidades que aportan al desarrollo de negocio. Persuasión y redes de apoyo, como una habilidad para trabajar con socios y socias clave.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>5. Planificar ingresos y gastos, considerando el precio de su producto y/o servicio, y el costo de su producción, considerando sus habilidades para planificar sus ingresos a futuro.</p>	<p>5.1. Establece el precio de venta y costo de sus productos y/o servicios a entregar, considerando la valoración de su propia mano de obra y tiempo.</p> <p>5.2. Planifica ingresos y gastos, separando sus finanzas personales, de la familia y el negocio.</p> <p>5.3. Diseña una planilla de registro de gastos y ventas para visualizar cómo monitorear sus flujos de dinero.</p> <p>5.4. Identifica las habilidades necesarias para planificar y monitorear sus costos y flujos de dinero en función de metas futuras.</p>	<p>5. Cuarto elemento de un Modelo Canvas, ¿Cuánto? : Planificación de ingresos y gastos: Flujo de ingresos. Costos y valorización de su propio tiempo. Separación finanzas personales, de la familia y del negocio. Registros de gastos y ventas. Habilidades para planificar sus ingresos a futuro: fijarse metas y confianza en sí mismo. Definición de planificación y control de ingresos y gastos.</p>
--	---	--

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.

Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados.

Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual.

Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información.

El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros.

El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.

Es importante que la entidad ejecutora y sus facilitadores estimulen en los participantes la construcción de este portafolio durante el desarrollo de la acción formativa. Junto a lo anterior, hacer hincapié que este recurso les será útil para diversos momentos de su trayectoria formativa y laboral (búsqueda de trabajo o para evaluar competencias laborales a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, entre otros).

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes.

La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas.

Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas.

Aspectos formales a considerar:

7) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador:

Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa.

Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

8) Instrumentos de evaluación:

De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras.

De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda.

De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

9) Pautas de corrección:

De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras.

De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea.

PERFIL DEL FACILITADOR

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<p>*Formación académica como profesional del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Turismo Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como técnico de nivel superior del área de Ingeniería, Administración, Ciencias Sociales o Educación, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en emprendimientos, negocios o administración de mínimo cuatro años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a en capacitación para personas adultas de mínimo dos años, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multitaler que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementado con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para el facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia. *1 Telón. *1 Pizarrón. *1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con</p> <p>Cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla. Lápices de colores. Block grande.</p> <p>*"Manual de la beneficiaria", por participante. *Una resma de Hojas blancas tamaño carta. *250 Tarjetas o cartulinas de 20x15 cm. *12 tacos post-it. *60 fichas de trabajo. *60 Pautas de evaluación. *6 Plumones de pizarra. *7 papelógrafos, de papel kraf o cartulina por clase.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	INGLÉS Y PORTUGUÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA HOTELERA	
N° de horas asociadas al módulo	150	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones de computación.	
Competencia del módulo	Comunicarse en inglés y portugués con uno o varios interlocutores, en situaciones del ámbito del servicio enoturístico.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1.- Interpretar mensajes orales emitidos por el turista o pasajero en idioma inglés y portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística del entorno y las prestaciones del Hotel.	1.1. Reconocer los nombres en inglés y portugués de diversas zonas geográficas o patrimoniales de la zona turística, de acuerdo a su traducción al español. 1.2 Reconoce palabras emitidas en inglés portugués por los turistas o pasajeros, de acuerdo a su significado en español. 1.3 Traduce palabras y frases emitidas por el turista o pasajero en inglés y portugués de acuerdo a su significado en español.	1. Interpretación de palabras y mensajes en inglés o portugués en el servicio de información turística del Hotel: <ul style="list-style-type: none">• Terminología turística.• Servicios en el módulo de informaciones.• Lugares y servicios demandados por turistas.• Saludo y despedida del turista.• Funciones del informador turístico.
2. Expresar mensajes verbales en inglés y portugués, dirigidos al turista o pasajero, utilizando un vocabulario compartido a nivel internacional, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística o del hotel.	2.1. Saluda y se despide en inglés o portugués con el turista de forma clara y concisa. 2.2 Pronuncia mensajes en inglés y portugués entregando información al turista según requerimientos, dependiendo de la situación.	2. Emisión de mensajes verbales en inglés o portugués dirigidos al turista o pasajero: <ul style="list-style-type: none">• Saludo, mantención de conversación y despedida al turista o pasajero.• Atención de demandas de información sobre diversos temas relacionados con información turística.• Atención de requerimientos de diversos servicios.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Interpretar textos en inglés y portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>3.1. Traduce textos escritos en inglés y portugués de acuerdo a su significado en español. 3.2 Interpreta el significado de información escrita en inglés y portugués entregados por el turista. 3.3 Traduce información turística presente en folletos o trípticos en inglés y portugués de acuerdo a su significado en español.</p>	<p>3. Lectura de mensajes, instrucciones o requerimientos en inglés y portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprensión oral y comprensión de lectura.• Estructuras gramaticales básicas.• Estructuras y expresiones propias de este contexto.
<p>4. Producir mensajes escritos en inglés y portugués, breves, ajustados a criterios básicos de corrección gramatical empleando un vocabulario sencillo, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>4.1. Traduce mensajes escritos en español al inglés y portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma. 4.2 Escribe mensajes en inglés y portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma.</p>	<p>4. Redacción de mensajes en inglés y portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gramática general en inglés y portugués.• Vocabulario frecuente en el servicio de entrega de información turística.• Frases propias del servicio de entrega de información turística en inglés y portugués.
<p>5. Interactuar con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>5.1 Inicia conversaciones en inglés y portugués en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.2 Interactúa en inglés y portugués con uno o varios interlocutores en distintas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.3 Responde preguntas de diversos interlocutores en idioma inglés y portugués de acuerdo al tipo de información requerida.</p>	<p>5. Conversación en idioma inglés y portugués con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones de la entrega de información turística:</p> <ul style="list-style-type: none">• Expresiones (<i>idioms</i>) referentes al contexto de la entrega de información turística.• Vocabulario específico• Entrega de información turística en portugués vía llamada telefónica.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En la propuesta técnica, se debe proponer una metodología para capacitación modalidad presencial sobre Servicios de Información Turística, por cada unidad de aprendizaje, que sea adecuada, suficiente y pertinente para las competencias a desarrollar, teniendo en cuenta el perfil de los participantes y orientado al plan formativo. La metodología debe buscar el desarrollo integrado, a través de la acción, de conocimientos, habilidades y actitudes, mediante el uso de métodos, técnicas o estrategias didácticas como implementación de proyectos, resolución de problemas, análisis de casos, simulaciones de procesos, etc.

La metodología debe considerar, como mínimo, un 70 % del tiempo destinado a trabajo práctico. Se entiende por trabajo práctico toda actividad de aplicación de conocimientos. Las actividades a realizar en el módulo de portugués aplicado a la información turística deben organizarse de modo de garantizar que el tiempo de práctica requerido sea el óptimo para todos los integrantes de los cursos.

En la propuesta metodológica, refiérase concretamente a los métodos, técnicas, medios y recursos didácticos que utilizará; a las actividades que se realizarán y a su organización; a las horas de práctica individual que tiene contempladas para la comunicación en portugués con uno o varios interlocutores en situaciones del ámbito de información turística. etc.

Cada actividad realizada en la sesión debe contemplar la realización previa por parte del facilitador, junto con las instrucciones y procedimientos asociados. Los participantes deberán realizar la actividad práctica individual o grupal con el acompañamiento del facilitador, hasta que demuestren que pueden realizarlo por si solos. Finalmente, el facilitador debe permitir la reflexión grupal respecto de los aprendizajes logrados durante la sesión, antes de pasar a la etapa de cierre de la clase.

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

El proceso evaluativo debe considerar distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes requeridas para el buen desempeño de los participantes como Guía enoturístico. Se sugiere en este sentido trabajar evaluaciones de tipo diagnóstica, formativa y sumativa, tanto al inicio del módulo como en el desarrollo y cierre del mismo.

Todo proceso evaluativo implica la toma de decisiones para la mejora continua del proceso de capacitación, por lo que para el módulo de portugués aplicado al servicio de información turística se sugieren aplicar instrumentos de evaluación como:

- ☒ Role playing en parejas, donde los participantes compartirán rol de informador y turista respectivamente, mostrando un saludo, entrega de información y despedida, respondiendo preguntas relacionadas a un atractivo turístico determinado.
- ☒ Ejercicio individual donde los participantes deberán responder preguntas relacionadas con un texto con información turística en idioma portugués, el cual deberán leer para luego dar respuesta al facilitador.
- ☒ Ejercicio individual para la redacción de una descripción de un sitio de interés turístico en portugués.
- ☒ Dinámica grupal de conversación e interacción con otros participantes simulando ser un grupo de turistas que realizan preguntas en portugués respecto de un sitio de interés turístico.

Las dificultades detectadas en la evaluación de proceso deben tratarse, introduciendo medidas correctivas que permitan posibilitar y potenciar el éxito del aprendizaje.

Cada participante debe contar con un portafolio de evidencias de las competencias logradas en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, listas de chequeo, pruebas, etc.

Para registrar la evaluación de los aprendizajes logrados en cada módulo, el OTEC deberá aplicar el instrumento de oficial denominado "Instrumento de evaluación de la capacitación para el desarrollo de competencias laborales". La calificación del participante expresarse en términos de "módulo aprobado" o "módulo y aun no probado". Este documento constituirá el instrumento oficial que evidenciará las capacidades logradas por el participante y deberá llevar su firma y la del facilitador

PERFIL DEL FACILITADOR

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Opción 1	Opción 2	Opción 3
<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente. <input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.	<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.	<input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multi-taller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementado con: Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente a la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación.</p> <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia. *1 Telón. *1 Pizarrón. *1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla. *Manual de la beneficiaria, por participante. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases. *Una resma de Hojas blancas tamaño carta *250 Tarjetas o cartulinas de 20x15 cm. *60 fichas de trabajo. *60 Pautas de evaluación. *6 Plumones para pizarra. *30 Calculadoras. *7 papelógrafos en papel kraf o cartulina por clase.</p>



PLAN FORMATIVO TÉCNICO EN MARKETING CON IDIOMAS

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

	SECTOR	INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
	SUB SECTOR	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
	PERFILES ASOCIADOS	
	NIVEL CUALIFICACION	2
	FECHA VIGENCIA DEL PERFIL	NO APLICA

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

PLAN FORMATIVO			
NOMBRE	TÉCNICO DE MARKETING CON IDIOMAS	DURACIÓN	320
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	El Técnico de Marketing con idiomas desempeñara tareas relacionadas con desarrollar competencias y conocimientos del mercado del turismo internacional, de manera, de conocer potenciales turistas de cualquier parte del mundo interesados en conocer vinos y viñedos chilenos. También, es capaz de identificar y desarrollar canales de venta en el mercado del turismo con foco en acceder a un segmento del mercado internacional que brinde alta rentabilidad.		
PERFIL(ES) OCUPACIONAL(ES) CHILEVALORA RELACIONADO(S)	Sin perfil relacionado.		
REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales.		

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

LICENCIA HABILITANTE PARTICIPANTE	No requiere.	
REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos en computación y de idiomas.	
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Aplicar estrategias para la comercialización de productos vinícolas y servicios enoturísticos al mercado internacional.	
NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO	HORAS DE DURACIÓN
Módulo N°1	MARKETING Y MEDIOS EN LAS REDES SOCIALES	40
Módulo N°2	ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS	20
Módulo N°3	PORTUGUÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURISTICA BÁSICA	120
Módulo N°4	INGLÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURISTICA BÁSICA	120
	TOTAL DE HORAS	320

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 1		
Nombre	MARKETING Y MEDIOS EN LAS REDES SOCIALES	
N° de horas asociadas al módulo	40	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL ASOCIADO	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones básicas de computación.	
Competencia del módulo	Planificar campañas y elaborar contenido publicitario para redes sociales de productos o servicios propios de la organización de acuerdo a los criterios de marketing de la empresa.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
3. Diseñar planes de marketing estratégico	1.1 Estudio de las tendencias de mercado enoturístico. 1.2 Diagnóstico de la situación del mercado enoturístico internacional. 1.3 Diseño de líneas estratégicas de acción de mercado.	5. Marketing y Análisis de mercado enoturístico. 6. Líneas estratégicas de marketing

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Reconocer los aspectos generales de la publicidad y el marketing en redes sociales de acuerdo a estrategias corporativas y normativa vigente.</p>	<p>2.1 Reconoce aspectos generales de la publicidad y marketing en relación a las plataformas de redes sociales. 2.2 Identifica relación de productos y servicios en relación a la segmentación del mercado y los objetivos de acuerdo a las diferentes plataformas digitales. 1.3 Nombra tipos de mensajes y formatos publicitarios en redes sociales. 1.4 Describe herramientas de soporte tecnológico para la elaboración de mensajes publicitarios de acuerdo a criterios de marketing en redes sociales.</p>	<p>2. Introducción a la Publicidad y Marketing: Ciclo de Vida de Productos y Servicios. Segmentación de Mercados, Participación y Objetivos. Mensajes Publicitarios. Formatos Publicitarios. Tecnologías de soporte para la elaboración de mensajes comunicacionales publicitarios; herramientas (Photoshop, Adobe, Illustrator, imovie, etc.) Criterios para la selección de medios y soportes.</p>
<p>3. Aplicar técnicas de planificación de campañas publicitarias en comunidades web de acuerdo a necesidades corporativas.</p>	<p>3.1 Reconoce técnicas de programación de una campaña publicitaria de acuerdo a necesidades de contenidos en redes sociales. 3.2 Aplica técnicas publicitarias en plataformas de redes sociales de acuerdo a necesidades e instrucciones de marketing. 3.3 Describe tipo de campañas publicitarias y posicionamiento de productos y servicios en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing.</p>	<p>3. Planificación de campañas publicitarias en redes sociales: Técnicas de programación y control de proyectos en campañas publicitarias. Técnicas de recopilación de información para la elaboración de un Presupuesto, según costos asociados a campañas publicitarias en redes sociales. Técnicas publicitarias en redes sociales. Campañas publicitarias y marketing de posicionamiento de productos o servicios.</p>
<p>4. Realizar informes de seguimiento y bases de datos de las campañas publicitarias en redes sociales de acuerdo a criterios de marketing y protocolos de la empresa.</p>	<p>4.1 Elabora bases de datos respecto de campañas publicitarias de acuerdo a instrucciones recibidas y criterios técnicos. 4.2 Monitorea desarrollo de campañas publicitarias en plataformas web de acuerdo a instrucciones recibidas y protocolos de marketing. 4.3 Redacta informes respecto de campañas publicitarias realizadas e implementadas en redes sociales de acuerdo a protocolos e instrucciones recibidas.</p>	<p>4. Informes de seguimientos y bases de datos: Informes de seguimiento. Bases de datos de campañas publicitarias. Operaciones básicas con planillas de cálculo electrónicas. Tablas y Gráficos. Redacción de Informes. Monitoreo de campañas publicitarias.</p>

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO		
A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.		
<p>Se sugieren actividades basadas en la experiencia y la observación de los hechos, aplicando la ejercitación práctica y demostrativa que generen desempeños observables en cada uno de los participantes involucrados. Metodologías que involucren situaciones reales tales como, análisis de estudio de casos, resolución de problemas, simulación de contextos laborales, elaboración de proyectos, juego de roles, demostración guiada, son algunas de las orientaciones recomendadas para poder desarrollar aprendizajes que permitan relacionar conocimientos y destrezas en función de lo práctico y lo conceptual. Incorporar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por ser un apoyo fundamental para la búsqueda, selección y análisis de la información. El facilitador debe reforzar durante todo el proceso las habilidades tales como la capacidad del trabajo en equipo, la capacidad de innovar, de emprender, de análisis, además destacar actitudes como, la colaboración, el respeto por las normas, la comunicación, la responsabilidad, el orden y limpieza del puesto de trabajo, la puntualidad, entre otros.</p> <p>PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS Como parte de la estrategia metodológica a desarrollar, se sugiere la elaboración de un portafolio, donde se registren a modo de evidencias, las actividades o acciones concretas desarrolladas por el o los participantes en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, pruebas, entre otros. El portafolio de evidencias, es una herramienta de facilitación del proceso de evaluación y se organiza en torno a la compilación de evidencias y los registros generados por quien aprende y, permite documentar tanto el proceso de enseñanza, así como el proceso de evaluación de aprendizajes.</p>		
ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

El sistema de evaluación debe estar formulado en términos de desempeño para evaluar el nivel de dominio alcanzado, lo cual no quiere decir que los aspectos y conceptos teóricos estén ausentes. La evaluación debe ser permanente, permitiendo al facilitador detectar las dificultades técnicas en la ejecución de las tareas y/o actividades a realizar por los participantes y así, oportunamente detener el proceso para demostrar la ejecución de la tarea correctamente de acuerdo a las competencias planteadas. Cada módulo debe ser evaluado, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas. Aspectos formales a considerar: 1) Instrucciones para el organismo capacitador/facilitador: Corresponde a la ficha descriptiva de la situación evaluativa. Incluye: aspectos a evaluar, metodología, equipamiento, disposición del espacio de evaluación, entre otros elementos importantes al momento de evaluar.

2) Instrumentos de evaluación: De conocimiento: Corresponde a una prueba de aplicación individual, escrita, que incluye ítems de preguntas abiertas (breves y extensas), preguntas cerradas (de reconocimiento y selección múltiple), entre otras. De habilidad: Corresponde a una actividad con las instrucciones necesarias para la ejecución de un proceso técnico de acuerdo a los criterios de evaluación de salida del módulo en específico o como evaluación final del plan formativo, aplicando listas de cotejo, rúbricas, escala de valoración, según corresponda. De actitud: Corresponde a una lista de chequeo de las principales actitudes conductuales del participante, demostradas durante todo el proceso de formación o capacitación. Este instrumento debiera ser completado por el facilitador durante el proceso y al final de éste al aplicar la evaluación de salida.

3) Pautas de corrección: De conocimiento: Incluye las respuestas correctas a las preguntas abiertas, breves y extensas, así como también de las preguntas cerradas de reconocimiento y selección múltiple, entre otras. De procedimiento: Incluye una guía de instrucción, realizada por el facilitador, de este modo el participante puede ir corroborando cada etapa del proceso de construcción de una determinada tarea

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Formación académica como profesional o técnico de nivel superior, del área de informática y/o relaciones públicas o marketing, titulado. *Experiencia laboral en informática o en relaciones públicas en los últimos cinco años, de mínimo tres años, demostrables. *Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de mínimo tres años, demostrables.</p>	<p>*Formación académica como profesional o técnico de nivel superior, del área de informática y/o relaciones públicas o marketing, titulado. *Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de mínimo tres años, demostrables.</p>	<p>*Experiencia laboral en informática o en relaciones públicas en los últimos cinco años, de mínimo tres años, demostrables. *Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de mínimo tres años, demostrables.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala de clases, que cuente al menos con 1,5 mts.² por participante, implementada con: -Puestos de trabajo individuales que considere mobiliario similar o equivalente al de la educación superior. Escritorio y silla para facilitador. Sistema de calefacción y ventilación. *Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas. *Laboratorio digital, que cuente al menos con 2 mts² por participante y cuente con al menos un computador con acceso a internet por cada participante.</p>	<p>*Notebook o PC para el facilitador. *Proyector multimedia. *Pizarrón. *Filmadora o cámara fotográfica para registrar evidencias de actividades realizadas. *Cada computador disponible para los participantes debe contar con acceso web y software básicos de edición de contenidos (procesadores de texto, editores de imágenes y videos)</p>	<p>*Set de artículos de oficina por participante (lápices pasta, grafito, regla, goma, etc.). *Carpeta o archivador por participante. *Cuaderno o croquera por participante. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases. *Pautas de evaluación por actividad. *Manual del participante. *Guías de aprendizaje.</p>

Sistema de Acreditación*Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo*

MÓDULO FORMATIVO N° 2		
Nombre	ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS	
N° de horas asociadas al módulo	20	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL ASOCIADO	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones básicas de computación.	
Competencia del módulo	Utilizar estrategias comunicacionales y habilidades personales, en un proceso de venta, ya sea presencial o remota.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Identificar los diferentes tipos de productos a comercializar y sus campos de aplicación.	1.1 Reconoce los tipos de productos a comercializar y sus principales características 1.2 Identifica el concepto de autoventa o marketing personal y su campo de aplicación	1. Clasificación de productos de acuerdo a sus características <ul style="list-style-type: none">• Venta de productos tangibles• Venta de productos intangibles• Autoventa o marketing personal: implicancias, principales características

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>2. Identificar las principales estrategias de comercialización de productos, tangibles o intangibles, de acuerdo a la normativa legal vigente</p>	<p>2.1 Identifica estrategias de comunicación corporativa, a nivel de medios de comunicación 2.2 Identifica los pasos básicos para generar una estrategia propia de comunicación, aplicada a la venta 2.3 Identifica el concepto de merchandising, aplicaciones y características. 2.4 Identifica los principales aspectos de la ley del consumidor y su relación los procesos de comercialización de productos.</p>	<p>2. Comunicación Corporativa y su impacto en las ventas</p> <ul style="list-style-type: none">• Estrategias comunicativas corporativas y su clasificación de acuerdo a objetivo: estrategia como plan, estrategia como táctica, estrategia como posición• ¿Cómo generar una estrategia básica de comunicación?• ¿Qué es el merchandising?• Tipos de merchandising: del fabricante, del distribuidor. Principales características• Legislación relativa al consumidor.• Ley del consumidor. Principales aspectos.• ¿Cómo funciona la ley del consumidor?• Principales implicancias de la ley del consumidor, sobre las estrategias de comercialización de productos.
<p>3. Aplicar técnicas comunicacionales en un proceso de ventas</p>	<p>3.1 Describe los pasos comunicacionales para realizar un proceso de venta 3.2 Describe los aspectos fundamentales que debe tener en cuenta un vendedor al realizar un proceso de comercialización 3.3 Identifica los principales aspectos asociados a la comunicación asertiva. 3.4 Utilizar técnicas comunicacionales en un proceso de venta, en una situación de simulación</p>	<p>3. Estrategias comunicacionales para la venta</p> <ul style="list-style-type: none">• Pasos para realizar una venta, desde el punto de vista comunicacional.• Decálogo del vendedor- Decálogo personal de vendedor• Aspectos comunicacionales relevantes para la venta remota o a distancia <p>Comunicación asertiva en la venta ¿qué es?, ¿Cómo se aplica?</p>
<p>A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.</p>		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

La metodología de trabajo de este módulo, busca estimular el descubrimiento y desarrollo del potencial de los participantes, mediante diferentes tipos de actividades organizadas y relacionadas entre sí, donde el facilitador realiza un acompañamiento permanente y personalizado de cada uno de los participantes. Por ello, en el transcurso de todo el módulo,

Para cada sesión se recomienda realizar actividades de acogida, que tiene por finalidad romper el hielo e introducir rápidamente a los participantes en las temáticas propias de la sesión.

El facilitador deberá conducir a los participantes a través de los diferentes aprendizajes esperados, cuya secuencia de aprendizaje considera técnicas comunicacionales para conseguir una venta exitosa.

Por lo tanto, en este módulo cobra vital importancia la realización de exposiciones por parte del facilitador (análisis de casos (escritos o en video), lecturas, historias), pero también ejercicios personales y juegos de simulación, donde los participantes podrán desplegar los aprendizajes en una situación práctica.

Es importante señalar que todas las sesiones del módulo, deben contemplar actividades que estimulen el desarrollo personal- social de los jóvenes, actividades relacionadas con el mundo laboral y además actividades funcionales, que están relacionadas con el perfil laboral.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO		
La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.		
<p>El sistema de evaluación considera una medición permanente tanto del aprendizaje que va logrando el participante durante el desarrollo del proceso formativo, como de la efectividad de las estrategias docentes que aplica el facilitador.</p> <p>Las dificultades de aprendizaje del participante, detectadas durante el proceso, buscan establecer medidas didácticas correctivas que permitan posibilitar y potenciar el éxito del aprendizaje.</p> <p>Cada módulo se evalúa, expresando la calificación final en términos de competencias logradas y no logradas, considera criterios de desempeño, parámetros e instrumentos de evaluación en concordancia con los aprendizajes esperados.</p> <p>Cada participante contará con un portafolio de evidencias de las competencias logradas en cada módulo.</p>		
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<input type="checkbox"/> Formación académica como profesional o Técnico de nivel superior relacionado al área del sector comercio, titulado. <input type="checkbox"/> Experiencia Laboral en el sector comercio, en los últimos 3 años, con un mínimo de 1 año demostrable. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de mínimo 2 años, demostrable.	<input type="checkbox"/> Formación académica como profesional o Técnico de nivel superior relacionado al área comercio, titulado. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de mínimo 2 años, demostrable.	<input type="checkbox"/> Experiencia laboral en el sector comercio, en los últimos 3 años, con un mínimo de 1 año, demostrable. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación laboral para adultos, de, mínimo 2 años, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Sala multitaller que cuente con acceso universal y al menos con 1,5 m² por participante,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. - Escritorio y silla para el facilitador. - Conexiones para utilizar medios didácticos y salida a internet. <p><input type="checkbox"/> Laboratorio de computación que cuente con puestos individuales, iluminación y ventilación adecuada, además de conexión a internet.</p> <p><input type="checkbox"/> Sistema de Ventilación adecuada.</p> <p><input type="checkbox"/> Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, con capacidad suficiente para la cantidad de personas que se atiende en forma simultánea.</p> <p><input type="checkbox"/> Espacio físico adecuado, para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento</p>	<p>*1 Notebook o PC. Para el facilitador(a).</p> <p>*1 Computador 1 por participante, que cuente suit office (Word-excel- powerpoint) y buscador de internet</p> <p>*1 Proyector multimedia para la sala.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta.</p> <p><input type="checkbox"/> Manual del participante con todos los contenidos revisados en el módulo.</p> <p><input type="checkbox"/> Portafolio de Evidencias</p> <p><input type="checkbox"/> Papelógrafos, 5 por cada participante.</p> <p><input type="checkbox"/> Caja de plumones, 1 por participante</p> <p><input type="checkbox"/> Cinta adhesiva, 1 por cada 5 participantes</p> <p><input type="checkbox"/> Tijeras, 1 por cada 5 participantes</p> <p><input type="checkbox"/> Pegamento en barra, 1 por cada 5 participantes</p> <p><input type="checkbox"/> Diccionario, 1 por cada 5 participantes</p> <p><input type="checkbox"/> Cartulinas de colores, 2 pliegos por participante</p>
MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	PORTUGUÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA BÁSICA	
N° de horas asociadas al módulo	120	
Perfil ChileValora asociado al módulo	GUÍA TURÍSTICO GENERAL	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones de computación.	

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Competencia del módulo	Comunicarse en portugués con uno o varios interlocutores, en situaciones del ámbito del servicio enoturístico.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1.- Interpretar mensajes orales emitidos por el turista en idioma portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	1.1. Reconoce los nombres en portugués de diversas zonas geográficas o patrimoniales de la zona turística, de acuerdo a su traducción al español. 1.2 Reconoce palabras emitidas en portugués por los turistas, de acuerdo a su significado en español. 1.3 Traduce palabras y frases emitidas por el turista en portugués de acuerdo a su significado en español.	1. Interpretación de palabras y mensajes en portugués en el servicio de información turística: <ul style="list-style-type: none">• Terminología turística.• Servicios en el módulo de informaciones.• Lugares y servicios demandados por turistas.• Saludo y despedida del turista.• Funciones del informador turístico.
2. Expresar mensajes verbales en portugués, dirigidos al turista, utilizando un vocabulario compartido a nivel internacional, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	2.1. Saluda y se despide en portugués con el turista de forma clara. 2.2 Pronuncia mensajes en portugués entregando información al turista según requerimientos.	2. Emisión de mensajes verbales en portugués dirigidos al turista: <ul style="list-style-type: none">• Saludo y despedida al turista.• Atención de demandas de información sobre diversos temas relacionados con información turística.• Atención de requerimientos de diversos servicios.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Interpretar textos en portugués en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>3.1. Traduce textos escritos en portugués de acuerdo a su significado en español. 3.2 Interpreta el significado de información escrita en portugués entregados por el turista. 3.3 Traduce información turística presente en folletos o trípticos en portugués de acuerdo a su significado en español.</p>	<p>3. Lectura de mensajes, instrucciones o requerimientos en portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprensión oral y comprensión de lectura.• Estructuras gramaticales básicas.• Estructuras y expresiones propias de este contexto.
<p>4. Producir mensajes escritos en portugués, breves, ajustados a criterios básicos de corrección gramatical empleando un vocabulario sencillo, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>4.1. Traduce mensajes escritos en español al portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma. 4.2 Escribe mensajes en portugués de acuerdo a normas gramaticales del idioma.</p>	<p>4. Redacción de mensajes en portugués:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gramática general en portugués.• Vocabulario frecuente en el servicio de entrega de información turística.• Frases propias del servicio de entrega de información turística en portugués.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>5. Interactuar con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>5.1 Inicia conversaciones en portugués en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p> <p>5.2 Interactúa en portugués con uno o varios interlocutores en distintas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p> <p>5.3 Responde preguntas de diversos interlocutores en idioma portugués de acuerdo al tipo de información requerida.</p>	<p>5. Conversación en idioma portugués con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones de la entrega de información turística:</p> <ul style="list-style-type: none">• Expresiones (<i>idioms</i>) referentes al contexto de la entrega de información turística.• Vocabulario específico• Entrega de información turística en portugués vía llamada telefónica.
<p>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO</p>		
<p>A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.</p>		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

En la propuesta técnica, se debe proponer una metodología para capacitación modalidad presencial sobre Servicios de Información Turística, por cada unidad de aprendizaje, que sea adecuada, suficiente y pertinente para las competencias a desarrollar, teniendo en cuenta el perfil de los participantes y orientado al plan formativo. La metodología debe buscar el desarrollo integrado, a través de la acción, de conocimientos, habilidades y actitudes, mediante el uso de métodos, técnicas o estrategias didácticas como implementación de proyectos, resolución de problemas, análisis de casos, simulaciones de procesos, etc.

La metodología debe considerar, como mínimo, un 70 % del tiempo destinado a trabajo práctico. Se entiende por trabajo práctico toda actividad de aplicación de conocimientos. Las actividades a realizar en el módulo de portugués aplicado a la información turística deben organizarse de modo de garantizar que el tiempo de práctica requerido sea el óptimo para todos los integrantes de los cursos.

En la propuesta metodológica, refiérase concretamente a los métodos, técnicas, medios y recursos didácticos que utilizará; a las actividades que se realizarán y a su organización; a las horas de práctica individual que tiene contempladas para la comunicación en portugués con uno o varios interlocutores en situaciones del ámbito de información turística. etc.

Cada actividad realizada en la sesión debe contemplar la realización previa por parte del facilitador, junto con las instrucciones y procedimientos asociados. Los participantes deberán realizar la actividad práctica individual o grupal con el acompañamiento del facilitador, hasta que demuestren que pueden realizarlo por si solos. Finalmente, el facilitador debe permitir la reflexión grupal respecto de los aprendizajes logrados durante la sesión, antes de pasar a la etapa de cierre de la clase.

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El proceso evaluativo debe considerar distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes requeridas para el buen desempeño de los participantes como Guía enoturístico. Se sugiere en este sentido trabajar evaluaciones de tipo diagnóstica, formativa y sumativa, tanto al inicio del módulo como en el desarrollo y cierre del mismo.

Todo proceso evaluativo implica la toma de decisiones para la mejora continua del proceso de capacitación, por lo que para el módulo de portugués aplicado al servicio de información turística se sugieren aplicar instrumentos de evaluación como:

- Role playing en parejas, donde los participantes compartirán rol de informador y turista respectivamente, mostrando un saludo, entrega de información y despedida, respondiendo preguntas relacionadas a un atractivo turístico determinado.
- Ejercicio individual donde los participantes deberán responder preguntas relacionadas con un texto con información turística en idioma portugués, el cual deberán leer para luego dar respuesta al facilitador.
- Ejercicio individual para la redacción de una descripción de un sitio de interés turístico en portugués.
- Dinámica grupal de conversación e interacción con otros participantes simulando ser un grupo de turistas que realizan preguntas en portugués respecto de un sitio de interés turístico.

Las dificultades detectadas en la evaluación de proceso deben tratarse, introduciendo medidas correctivas que permitan posibilitar y potenciar el éxito del aprendizaje.

Cada participante debe contar con un portafolio de evidencias de las competencias logradas en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, listas de chequeo, pruebas, etc.

Para registrar la evaluación de los aprendizajes logrados en cada módulo, el OTEC deberá aplicar el instrumento de oficial denominado "Instrumento de evaluación de la capacitación para el desarrollo de competencias laborales". La calificación del participante expresarse en términos de "módulo aprobado" o "módulo y aun no probado". Este documento constituirá el instrumento oficial que evidenciará las capacidades logradas por el participante y deberá llevar su firma y la del facilitador

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente. <input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.	<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de portugués con certificado que demuestre dominio del idioma portugués, Nivel 5 o equivalente. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.	<input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de portugués en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector. <input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.
---	---	--

RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO

Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala multi-taller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con:</p> <p>Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escritorio y silla para el facilitador. • Sistema de calefacción y ventilación. • Infraestructura que simule un stand de entrega de información turística. • Laboratorio de computación con acceso a internet. <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia. *1 Telón. *1 Pizarrón. *1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p> <p>Computador para cada participante (*). Parlantes en sala.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Archivador para cada participante. • Croquera o cuaderno para apuntes para cada participante. • Lápiz pasta para cada participante. • Lápiz grafito para cada participante. • Goma de borrar para cada participante. • Regla para cada participante. • Pautas de evaluación de procedimientos. • Plumones para pizarrón. • Libro de clases. • Manual del participante que contemple todos los contenidos especificados para este módulo. • Diccionarios de portugués técnico del ámbito hotelero. • Recursos audiovisuales en portugués. • Folletos y trípticos con información turística en

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

		portugués. • Mapa de Chile con descripción geográfica y/o turística en idioma portugués.
--	--	---

MÓDULO FORMATIVO N° 4	
Nombre	INGLÉS APLICADO AL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA BÁSICA
N° de horas asociadas al módulo	120
Perfil ChileValora asociado al módulo	GUÍA TURÍSTICO GENERAL
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

Requisitos de ingreso	Enseñanza media completa, preferentemente formación o experiencia laboral en materias de turismo, conocimientos de idiomas y nociones de computación.	
Competencia del módulo	Comunicarse en inglés con uno o varios interlocutores, en situaciones del ámbito del servicio enoturístico.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Interpretar mensajes orales emitidos por el turista en idioma inglés en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	1.1. Reconoce los nombres en inglés de diversas zonas geográficas o patrimoniales de la zona turística, de acuerdo a su traducción al español. 1.2 Reconoce palabras emitidas en inglés por los turistas, de acuerdo a su significado en español. 1.3 Traduce palabras y frases emitidas por el turista en inglés de acuerdo a su significado en español.	1. Interpretación de palabras y mensajes en inglés en el servicio de información turística: <ul style="list-style-type: none">• Terminología turística.• Servicios en el módulo de informaciones.• Lugares y servicios demandados por turistas.• Saludo y despedida del turista.• Funciones del informador turístico.
2. Expresar mensajes verbales en inglés, dirigidos al turista, utilizando un vocabulario compartido a nivel internacional, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.	2.1. Saluda y se despide en inglés con el turista de forma clara. 2.2 Pronuncia mensajes en inglés entregando información al turista según requerimientos.	2. Emisión de mensajes verbales en inglés dirigidos al turista: <ul style="list-style-type: none">• Saludo y despedida al turista.• Atención de demandas de información sobre diversos temas relacionados con información turística.• Atención de requerimientos de diversos servicios.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>3. Interpretar textos en inglés en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>3.1. Traduce textos escritos en inglés de acuerdo a su significado en español. 3.2 Interpreta el significado de información escrita en inglés entregados por el turista. 3.3 Traduce información turística presente en folletos o trípticos en inglés de acuerdo a su significado en español.</p>	<p>3. Lectura de mensajes, instrucciones o requerimientos en inglés:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprensión oral (<i>listening</i>) y comprensión de lectura (<i>reading</i>).• Estructuras gramaticales básicas.• Estructuras y expresiones propias de este contexto.
<p>4. Producir mensajes escritos en inglés, breves, ajustados a criterios básicos de corrección gramatical empleando un vocabulario sencillo, en diversos contextos y situaciones profesionales habituales, del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>4.1. Traduce mensajes escritos en español al inglés de acuerdo a normas gramaticales del idioma. 4.2 Escribe mensajes en inglés de acuerdo a normas gramaticales del idioma.</p>	<p>4. Redacción de mensajes en inglés:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gramática general en inglés.• Vocabulario frecuente en el servicio de entrega de información turística.• Frases propias del servicio de entrega de información turística en inglés.
<p>5. Interactuar con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística.</p>	<p>5.1 Inicia conversaciones en inglés en diversas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.2 Interactúa en inglés con uno o varios interlocutores en distintas situaciones profesionales habituales del ámbito de la entrega de información turística. 5.3 Responde preguntas de diversos interlocutores en idioma inglés de acuerdo al tipo de información requerida.</p>	<p>5. Conversación en idioma inglés con uno o varios interlocutores, en diversas situaciones de la entrega de información turística:</p> <ul style="list-style-type: none">• Expresiones (<i>idioms</i>) referentes al contexto de la entrega de información turística.• Vocabulario específico• Entrega de información turística en inglés vía llamada telefónica.• Inglés social: Greetings and leave takings.
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO		

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

A continuación se presenta una propuesta metodológica, que sugiere estrategias para la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes del módulo.

En la propuesta técnica, se debe proponer una metodología para capacitación modalidad presencial sobre Servicios de Información Turística, por cada unidad de aprendizaje, que sea adecuada, suficiente y pertinente para las competencias a desarrollar, teniendo en cuenta el perfil de los participantes. La metodología debe buscar el desarrollo integrado, a través de la acción, de conocimientos, habilidades y actitudes, mediante el uso de métodos, técnicas o estrategias didácticas como implementación de proyectos, resolución de problemas, análisis de casos, simulaciones de procesos, etc.

La metodología debe considerar, como mínimo, un 70 % del tiempo destinado a trabajo práctico. Se entiende por trabajo práctico toda actividad de aplicación de conocimientos. Las actividades a realizar en el módulo de inglés aplicado a la información turística deben organizarse de modo de garantizar que el tiempo de práctica requerido sea el óptimo para todos los integrantes de los cursos.

En la propuesta metodológica, refiérase concretamente a los métodos, técnicas, medios y recursos didácticos que utilizará; a las actividades que se realizarán y a su organización; a las horas de práctica individual que tiene contempladas para la comunicación en inglés con uno o varios interlocutores en situaciones del ámbito de información turística. etc.

Cada actividad realizada en la sesión debe contemplar la realización previa por parte del facilitador, junto con las instrucciones y procedimientos asociados. Los participantes deberán realizar la actividad práctica individual o grupal con el acompañamiento del facilitador, hasta que demuestren que pueden realizarlo por si solos. Finalmente, el facilitador debe permitir la reflexión grupal respecto de los aprendizajes logrados durante la sesión, antes de pasar a la etapa de cierre de la clase.

ESTRATEGIA EVALUATIVA DEL MÓDULO

La estrategia de evaluación del módulo considera la realización de diversas actividades que permitan identificar el nivel de avance de los participantes respecto de los aprendizajes esperados del módulo.

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

El proceso evaluativo debe considerar distintos tipos de evaluación que permitan medir tanto el conocimiento, los procedimientos y las actitudes requeridas para el buen desempeño de los participantes en las operaciones de bodega. Se sugiere en este sentido trabajar evaluaciones de tipo diagnóstica, formativa y sumativa, tanto al inicio del módulo como en el desarrollo y cierre del mismo.

Todo proceso evaluativo implica la toma de decisiones para la mejora continua del proceso de capacitación, por lo que para el módulo de inglés aplicado al servicio de información turística se sugieren aplicar instrumentos de evaluación como:

- Role playing en parejas, donde los participantes compartirán rol de informador y turista respectivamente, mostrando un saludo, entrega de información y despedida, respondiendo preguntas relacionadas a un atractivo turístico determinado.
- Ejercicio individual donde los participantes deberán responder preguntas relacionadas con un texto con información turística en idioma inglés, el cual deberán leer para luego dar respuesta al facilitador.
- Ejercicio individual para la redacción de una descripción de un sitio de interés turístico en inglés.
- Dinámica grupal de conversación e interacción con otros participantes simulando ser un grupo de turistas que realizan preguntas en inglés respecto de un sitio de interés turístico.

Las dificultades detectadas en la evaluación de proceso deben tratarse, introduciendo medidas correctivas que permitan posibilitar y potenciar el éxito del aprendizaje.

Cada participante debe contar con un portafolio de evidencias de las competencias logradas en cada módulo. Las evidencias pueden ser registros fotográficos y videos de los productos, informes, listas de chequeo, pruebas, etc.

Para registrar la evaluación de los aprendizajes logrados en cada módulo, el OTEC deberá aplicar el instrumento de oficial denominado “Instrumento de evaluación de la capacitación para el desarrollo de competencias laborales”. La calificación del participante expresarse en términos de “módulo aprobado” o “módulo y aun no probado”. Este documento constituirá el instrumento oficial que evidenciará las capacidades logradas por el participante y deberá llevar su firma y la del facilitador

PERFIL DEL FACILITADOR

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de inglés con certificado que demuestre dominio del idioma inglés, de acuerdo a la Norma Alte C1, Nivel 5 o equivalente.	<input type="checkbox"/> Formación académica: Profesor (titulado) o traductor de inglés con certificado que demuestre dominio del idioma inglés, de acuerdo a la Norma Alte C1, Nivel 5 o equivalente.	<input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de inglés en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector.
<input type="checkbox"/> Experiencia laboral como profesor de inglés en la educación formal y/o capacitación laboral: mínimo 3 años o Hablante nativo de idioma portugués con experiencia laboral en el sector.	<input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.	<input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.
<input type="checkbox"/> Experiencia como facilitador de capacitación de mínimo tres años, demostrables.		
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

<p>*Sala multi-taller que cuente al menos con 1,5 m² por participante, y con espacio para realizar actividades de desplazamiento implementada con:</p> <p>Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria.</p> <ul style="list-style-type: none">• Escritorio y silla para el facilitador.• Sistema de calefacción y ventilación.• Infraestructura que simule un stand de entrega de información turística.• Laboratorio de computación con acceso a internet. <p>*Servicios higiénicos, en lo posible separados para hombres y mujeres en recintos de aulas y de actividades prácticas.</p>	<p>*1 Notebook o PC para el Facilitador(a) *1 Proyector multimedia.</p> <p>*1 Telón.</p> <p>*1 Pizarrón.</p> <p>*1 Filmadora o cámara fotográfica o teléfono móvil con cámara integrada, para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p> <p>Computador para cada participante (*).</p> <p>Parlantes en sala.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Archivador para cada participante.• Croquera o cuaderno para apuntes para cada participante.• Lápiz pasta para cada participante.• Lápiz grafito para cada participante.• Goma de borrar para cada participante.• Regla para cada participante.• Pautas de evaluación de procedimientos.• Plumones para pizarrón.• Libro de clases.• Manual del participante que contemple todos los contenidos especificados para este módulo.• Diccionarios de inglés técnico del ámbito hotelero.• Recursos audiovisuales en inglés.• Folletos y trípticos con información turística en inglés.• Mapa de Chile con descripción geográfica y/o turística en idioma inglés.
---	---	---

Sistema de Acreditación

Itinerarios Formativos para el capital humano del enoturismo en el Valle del Maipo

1.2/ AVANCE DE ACTUACIONES

- Se ha iniciado un proceso de debate y discusión con la Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, con Chile Valora, con la OTIC del Comercio y con los Organismos Sectoriales de los ámbitos de turismo, vino. Este proceso se ha desarrollado mediante reuniones en las que se han presentado los avances del proyecto, y en especial la orientación a futuro del Sistema de acreditación del capital humano del enoturismo y de sus perfiles profesionales, itinerarios formativos, programas de capacitación, que en su caso permitirán en el futuro certificar al capital humano del sector. En este sentido, se han desarrollado las siguientes reuniones:
 - - Día 8 de Noviembre de 2017: reunión con la Secretaría General de ChileValora (Dña. Ximena Concha), la OTIC del Comercio, e INFYDE para presentar los avances alcanzados en el proyecto.
 - Día 10 de Enero de 2018: reunión de la Subsecretaría de Turismo, ChileValora, la OTIC del Comercio, e INFYDE para presentar los avances alcanzados de este sistema de acreditación (cadena de valor, itinerarios, planes formativos perfiles profesionales, etc.).

*Análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias⁶⁴¹ requeridas y plan de formación para el sector de enoturismo en la Región Metropolitana. **Memoria Final de Actividades***

ANEXO 18/ LIBRO “EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO”



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 DEL MAIPO







Estimados amigos,

En mi calidad de presidente del Directorio del OTIC del Comercio, Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile F.G, es un privilegio introducirlos al estudio realizado en conjunto por la consultora "INFYDE - Información y Desarrollo S.L" respecto al análisis de necesidades, perfiles ocupacionales, competencias requeridas y plan de formación para el sector de Enoturismo en la Región Metropolitana, específicamente desarrollado en el Valle del Maipo.

Este levantamiento persigue mejorar el posicionamiento competitivo del enoturismo chileno, con un enfoque de especialización en innovación; mejoras en la calidad; diversificación de productos; aumento de la productividad y perfeccionamiento de los niveles de sustentabilidad.

Del mismo modo, orienta la formación y certificación de los trabajadores, contribuyendo a incrementar la profesionalización del sector y los sectores afines o complementarios, incentivando la asociatividad de un trabajo colaborativo y en red.

El Otic del Comercio, continuará liderando e impulsando iniciativas y proyectos emblemáticos para el desarrollo del país, la industria y la empresa privada a través de la investigación, promoción, organización y supervisión de programas de capacitación y de asistencia técnica, que permitan hacer un aporte a la calidad de vida de las personas y al mismo tiempo, dar cumplimiento a los grandes objetivos y desafíos de nuestra Corporación: Generar actividad, inversión en el capital humano y mejores empleos.

Un saludo afectuoso,

Cristóbal Valdés Sáenz

Presidente del Directorio del OTIC del Comercio, Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile F.G

contenidos

1/	INTRODUCCIÓN	5
1.1/	OBJETIVO	5
1.2/	METODOLOGÍA	5
2/	EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO DEL FUTURO	7
2.1/	ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE Y CAPITAL HUMANO	7
2.2/	RETOS DE CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO EN CHILE	8
3/	DIAGNÓSTICO SECTORIAL DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO	9
3.1/	EMPRESAS DEL TURISMO Y EL VINO	11
3.2/	CAPITAL HUMANO DEL TURISMO Y EL VINO	13
3.3/	ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	16
4/	MAPA OCUPACIONAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	21
4.1/	CALIDAD DEL PRODUCTO	21
4.2/	GESTIÓN DEL NEGOCIO	22
4.3/	INNOVACIÓN	22
4.4/	COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	23
4.5/	COOPERACIÓN EN RED	24
5/	MAPA COMPETENCIAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	25
5.1/	CALIDAD DEL PRODUCTO	26
5.2/	GESTIÓN DEL NEGOCIO	26
5.3/	INNOVACIÓN	27
5.4/	COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN	28
5.5/	COOPERACIÓN EN RED	29
6/	MAPA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	31
6.1/	ORIENTACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA A LAS NECESIDADES DEL ENOTURISMO	31
6.2/	BRECHAS ENTRE LA DEMANDA DE CAPITAL HUMANO Y LA OFERTA FORMATIVA EN EL ÁMBITO DEL ENOTURISMO	33
7/	ANÁLISIS FODA	35
8/	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	37
8.1/	LA CADENA DE VALOR PARA LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO	38
8.2/	MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR ENOTURISTICO	39
8.3/	PERFILES OCUPACIONALES DEMANDADOS POR EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO	42
8.4/	ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA	56
8.5/	PLANES FORMATIVOS	58
9/	CONCLUSIONES	68



1/ INTRODUCCIÓN

1.1/ OBJETIVO

Este libro 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 de este 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, en la Región Metropolitana de Santiago de Chile.

También conocer la oferta formativa que existe dirigida a capacitar a profesionales del enoturismo, y sobre esta base contrastar la demanda con la oferta para identificar las brechas de cualificación existentes para el desarrollo competitivo y la especialización inteligente del sector. La finalidad consiste en impulsar el posicionamiento competitivo del enoturismo chileno a través de la mejora de la cualificación de capital humano que contribuya a:

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

1.2/ METODOLOGÍA

La **metodología** utilizada se ha basado en análisis de estadísticas y documentación, y en un **proceso participativo** (talleres, entrevistas y jornadas) en el que han participado las viñas, empresas de oferta complementaria y agentes institucionales y de formación del Valle del Maipo. Ha servido de soporte para identificar y definir los **perfiles ocupacionales de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo**. Sobre esta base, se han diseñado unos **Itinerarios Formativos** dirigidos a capacitar al capital humano del Valle del Maipo en las competencias requeridas para el desarrollo de su actividad profesional en un sector estratégico para el valle como es el enoturismo. Así, este libro presenta:

1. Un **Mapa de Ocupaciones, de Competencias y de Capacidades** que identifica y determina las ocupaciones, las competencias y las capacidades clave que se requieren para el desarrollo competitivo y la especialización inteligente del sector enoturístico del Valle del Maipo.
2. Un **Programa de Capacitación para el enoturismo del Valle del Maipo** que identifica los perfiles competenciales y los itinerarios formativos demandados por la cadena de valor enoturística del valle.

El estudio se ha realizado en el contexto del Marco Nacional de Competencias. Este marco establece **5 niveles de cualificación**, cada uno de los cuales alcanza un nivel de **“Certificado de formación laboral”** y de **“Certificado de Competencias Laborales”**. La siguiente tabla presenta los niveles de cualificación y de Credenciales de Formación y Certificación del Marco de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.

NIVEL	DESCRIPCIÓN	CREDENCIALES DE FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN	
		FORMACIÓN	CERTIFICACIÓN
1	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos de baja complejidad, ejecutando tareas rutinarias, con supervisión de su trabajo y baja autonomía	Certificado de Formación Laboral 1 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 1 (Chilevalora)
2	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones de complejidad media, dentro de un ámbito laboral y/o estudio delimitado con supervisión de su trabajo y poca autonomía	Certificado de Formación Laboral 2 (SENCE) Técnico Nivel Medio (Educación Media) (*)	Certificado de competencias laborales 2 (Chilevalora)
3	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones complejas en un área delimitada dentro de un sector productivo con supervisión asociada a parámetros y autonomía para la implementación de rutinas	Certificado de Formación Laboral 3 (SENCE)	Certificado de competencias laborales 3 (Chilevalora)
4	Personas que se desempeñan laboralmente desarrollando funciones que integran elementos teóricos y técnicos, pudiendo tener responsabilidades en la coordinación de equipos en un área de trabajo y/o estudio y con rangos amplios de autonomía.	Técnico Nivel Superior (Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 4 (Chilevalora)
5	Personas que se desempeñan laboralmente en ámbitos en donde aplican conocimientos amplios y coherentes, con responsabilidad por la gestión de iniciativas y proyectos con diversas variables y escenarios, en uno o más contextos específicos de área de trabajo y/o estudio con alta autonomía.	Título Profesional Educación Superior) (*)	Certificado de competencias laborales 5 (Chilevalora)

(*) Credenciales del sistema educacional forma que se presenta como referencia

En este contexto, este estudio toma en **especial consideración el desarrollo de itinerarios formativos para capital humano con niveles de cualificación 1, 2 y 3** del Marco Nacional de Cualificaciones para la Formación y la Certificación Laboral.

2/ EL CAPITAL HUMANO PARA EL ENOTURISMO DEL FUTURO



2.1/ 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.

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.”

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.**

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.

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.

2.2/ 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 entorno¹.

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)**. 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.

Es un sector en desarrollo con fuerte potencial de futuro. Por ello, al ritmo de este desarrollo, se observa como las instituciones públicas de Chile 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.

¹ Elaboración de INFYDE utilizando como fuente el diagnóstico del Programa Estratégico Mesoregional de Enoturismo

3/ 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, el Valle del Maipo, ubicado a unos pocos kilómetros de Santiago, cuenta con más de 10.000 hectáreas en las que se produce uno de los mejores vinos del mundo. 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 áreas¹: **Maipo Alto**, **Maipo Medio** y **Maipo Bajo**. En estas tres zonas el vino varía ya que la climatología y las tierras son diferentes.

Fuente: <https://leccionesdevino.blogspot.com.es>

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.

¹ <http://winetourschile.com/valles/maipo.html>

Poco a poco, la producción del vino fue aumentando gracias a los pequeños productores 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 tiempo², algunos de los vinos chilenos mejor categorizados internacionalmente se fabrican en el Valle del Maipo.

De acuerdo con el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)³, 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.

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.

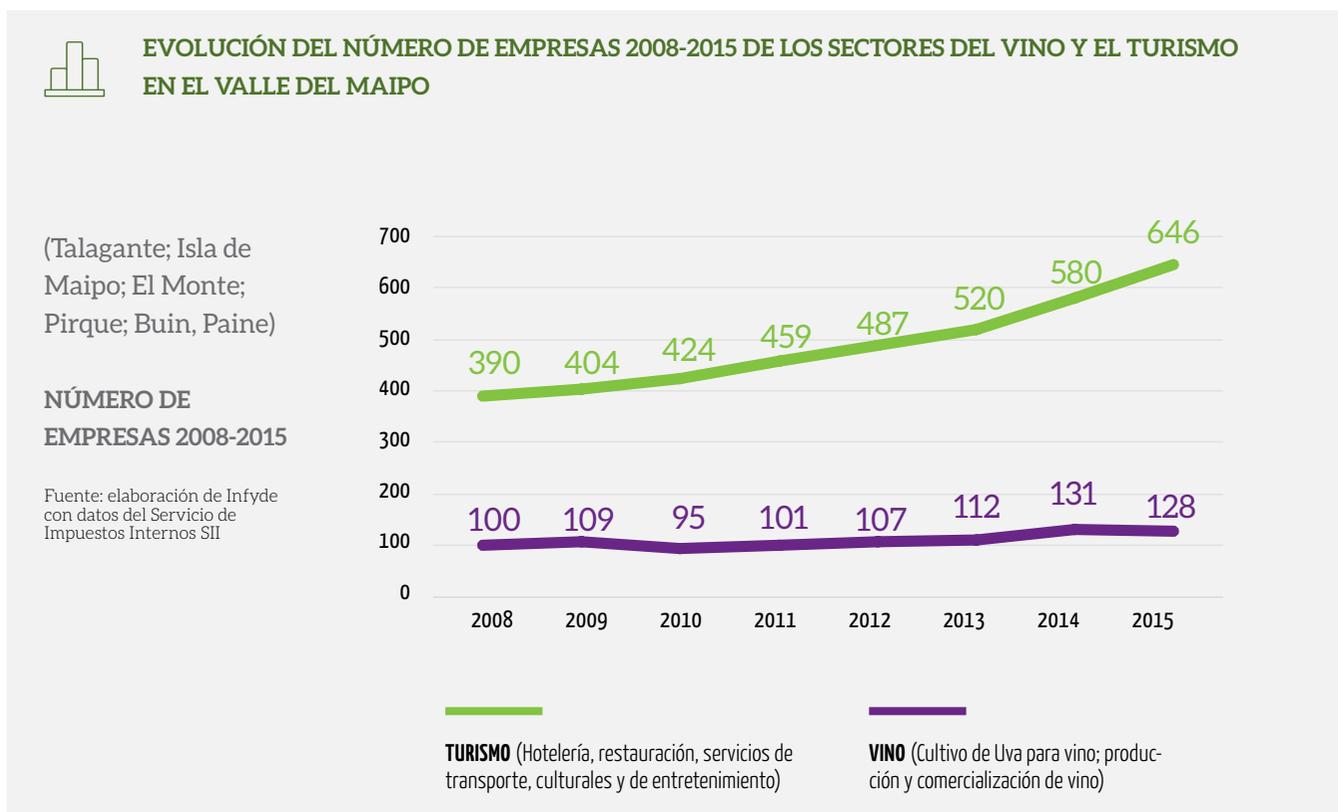
² <http://www.maipotours.com/es/ar/352/destinos-en-valle-del-maipo.html>

³ <https://www.sernatur.cl/fiestas-de-la-vendimia-un-imperdible-de-marzo/>



3.1/ EMPRESAS DEL TURISMO Y EL VINO

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



El mayor número de empresas relacionadas con turismo en 2015 en el Valle tienen que ver con la gastronomía. Por el contrario, un número más reducido de empresas del sector están relacionadas con las actividades de alojamiento para visitantes y turistas.

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.

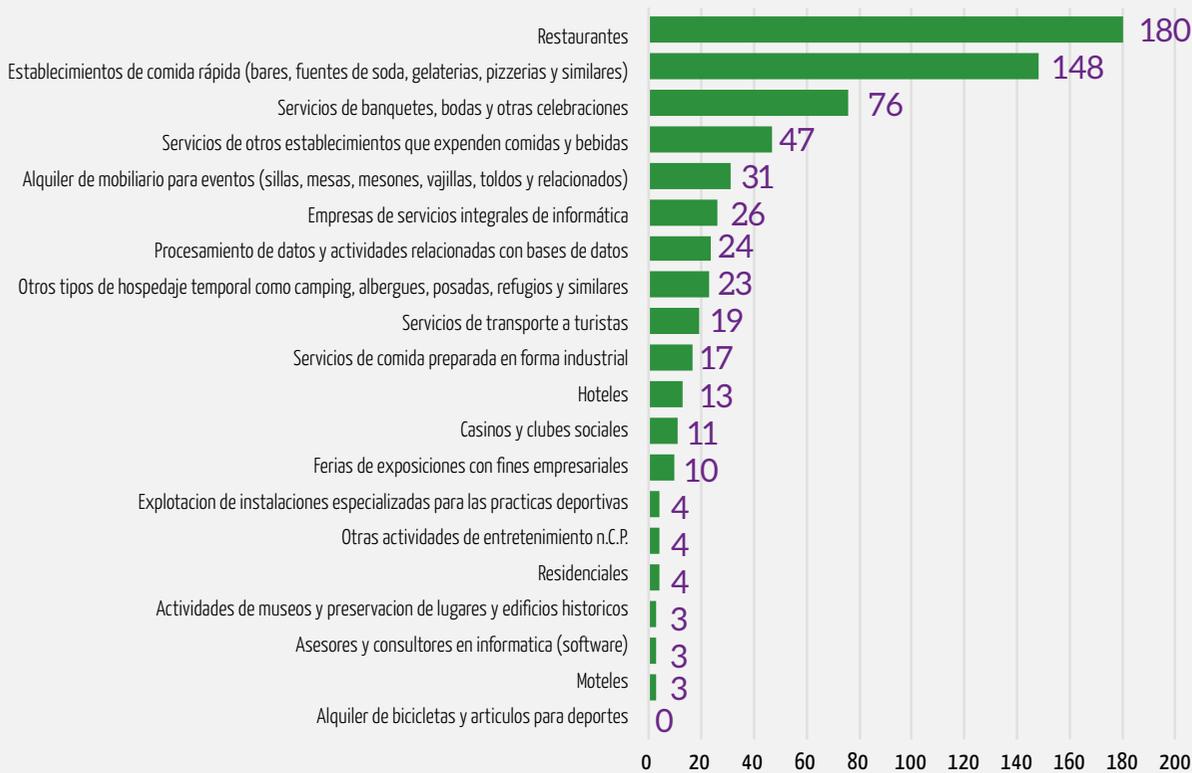
La excepción se encuentra en el interior de aquellas viñas, generalmente las más grandes, que tienen un patrimonio arquitectónico y edificatorio en el interior de sus viñedos. Así, se observa la existencia de algunas viñas con oferta de servicios de alojamiento dirigidos a clientes con alto poder adquisitivo,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

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 el ámbito del número de empresas, destaca que no hay ninguna empresa en el valle dedicada a alquiler de bicicletas y artículos para deportes.



NÚMERO DE EMPRESAS POR TIPOS DE ACTIVIDAD DEL SECTOR TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO EN 2015

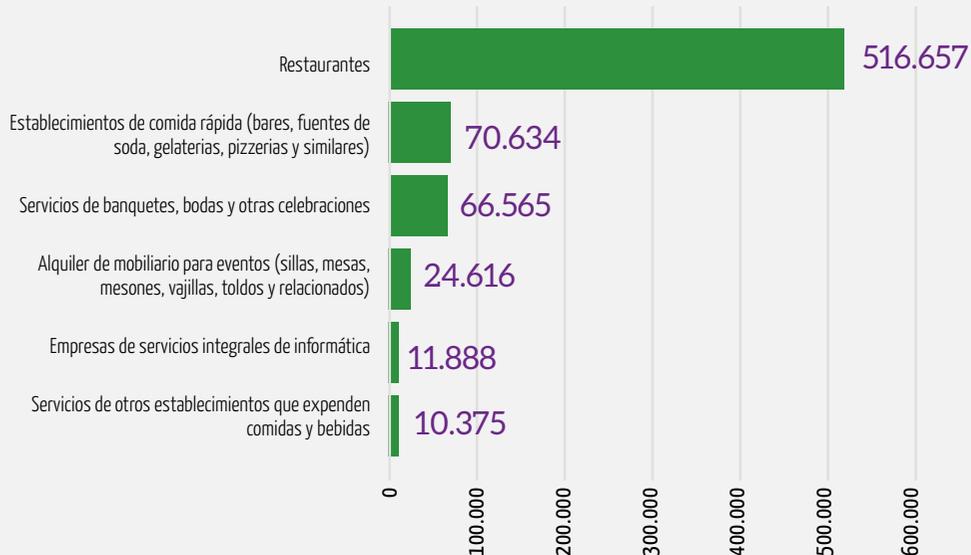


Fuente: elaboración de Infyde con datos del Servicio de Impuestos Internos SII

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.



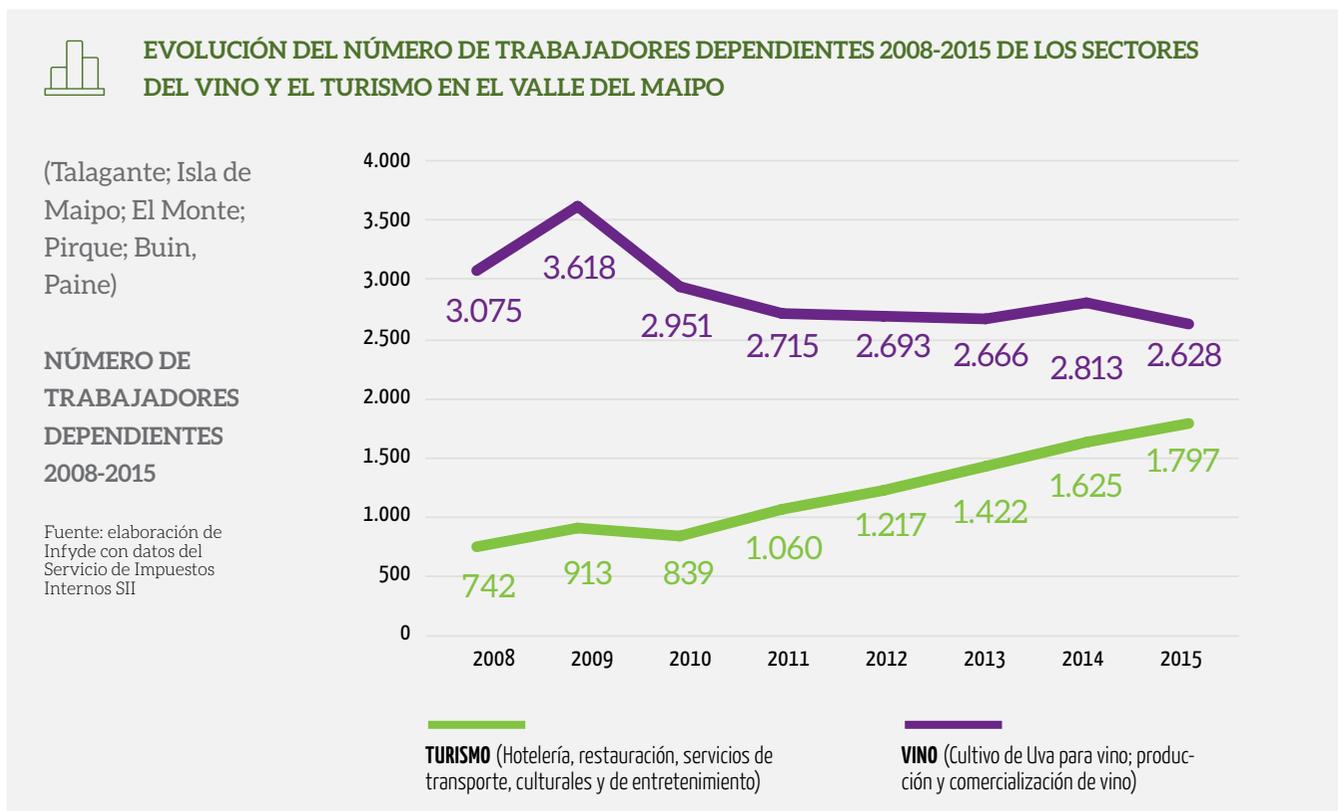
VENTAS (UF) POR TIPOS DE ACTIVIDAD DEL SECTOR TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO EN 2015



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

3.2/ 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, mientras que el número de trabajadores del turismo ha crecido hasta alcanzar los 1.797 trabajadores en el año 2015.



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, 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.

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, PIZZERIAS Y SIMILARES)	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, TOLDOS Y RELACIONADOS)	-	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 DEPORTIVAS	-	-	-	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, REFUGIOS Y SIMILARES	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 INFORMATICA	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 INFORMATICA (SOFTWARE)	-	-	7	12	-	-	-	-	

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

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.

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.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES DEPENDIENTES POR EMPRESA EN LOS ÁMBITOS DEL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO 2008-2015

TAMAÑO MEDIO (N° TRABAJADORES / N° 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	57	83	79	127	182	167	
552020 - ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RAPIDA (BARES, FUENTES DE SODA, GELATERIAS, PIZZERIAS Y SIMILARES)	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	6,40	7	
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	9,90	10,82	9,77	
551090 - OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL COMO CAMPING, ALBERGUES, POSADAS, REFUGIOS Y SIMILARES	0,61	0,95	1,43	3,95	2,29	1,30	2,88	4,61	
551020 - MOTELES	6,67	11	12,67	10	7,25	1,33	10	8	

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

Los datos estadísticos disponibles muestran una **tendencia al fuerte decrecimiento de la productividad⁴ del sector turismo en el Valle del Maipo**. Estas estadísticas indican que las empresas están generando un menor volumen de ventas por cada trabajador que tienen contratado.

Por su parte, el trabajo de campo realizado con las viñas del valle muestra que existe una **demanda de capital humano con mayor nivel de cualificación. También existe una demanda de capital humano con experiencia en enoturismo para atender las necesidades de incremento de la productividad y de crecimiento del volumen de actividad enoturística que requieren las empresas del sector**.

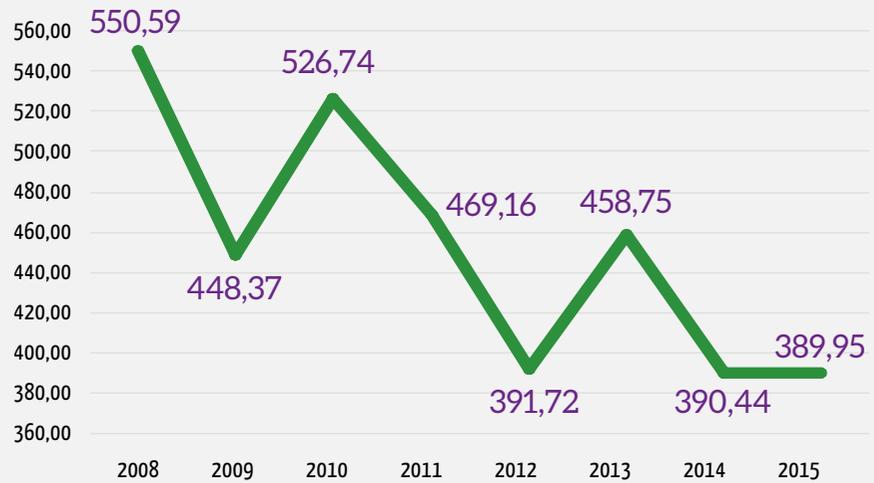
Todos ellos son factores que tienen una fuerte relación con la evolución competitiva del enoturismo del valle en los próximos años.

⁴ Productividad calculada como Ventas entre n° de trabajadores dependientes. Datos de Servicio de Impuestos Internos



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL TURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO 2008-2015 (VENTAS UF /N° TRABAJADORES DEPENDIENTES)

(TALAGANTE; ISLA DE MAIPO; EL MONTE; PIRQUE; BUIN, PAINE)



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

3.3/ ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

3.3.1/ RETOS

Los agentes y viñedos del Valle del Maipo tienden a considerar que el reto más importante que tienen que afrontar es el de la gestión. Se observa una tendencia a considerar que los factores clave que inciden en la posición competitiva del sector en la actualidad 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.

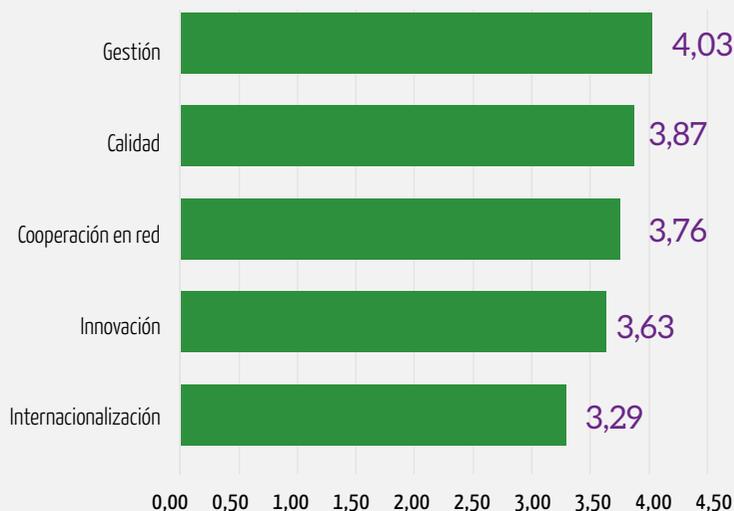
Por su parte, las viñas medianas y pequeñas presentan una tendencia a plantearse el reto de definir el modelo de negocio enoturístico que van a desarrollar en el mediano y largo plazo. Para ello, se encuentran con recursos financieros y de capital humano escasos y con la necesidad de adquirir conocimiento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



RETOS DE DESARROLLO COMPETITIVO DE LOS NEGOCIOS DE ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO PARA ADECUARSE A LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO

(Valoración de 1 a 5, donde 1 es reto nada importante y 5 es reto muy importante)

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



3.3.2/ ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE

Como se ha señalado anteriormente, 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.

En definitiva, se trata de cómo articular y canalizar los esfuerzos en **innovación, capacitación de capital humano, desarrollo de conocimiento, y priorización de perfiles técnicos y tecnológicos**, que permitan al Valle del Maipo ser el mejor en el contexto global en aquel sector, como el enoturismo, en el que actualmente es bueno (o puede serlo en el futuro si se toman las medidas adecuadas).

En este contexto, se observa la necesidad de mejorar la conexión con los visitantes potenciales al Valle del Maipo. 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.

También un interés por 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. Se necesita mejorar el conocimiento sobre los mecanismos que llevan a los turistas a encadenar una serie de experiencias durante un viaje. Aquellos factores que los llevan 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.

En este ámbito, 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.



POSICIONAMIENTO DE ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media
(de 1 a 5, donde 1 es
especialización nada
prioritaria y 5 es
especialización
muy prioritaria)



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

3.3.3/ 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, las cafeterías y wine bars y los tours de entretenimiento.

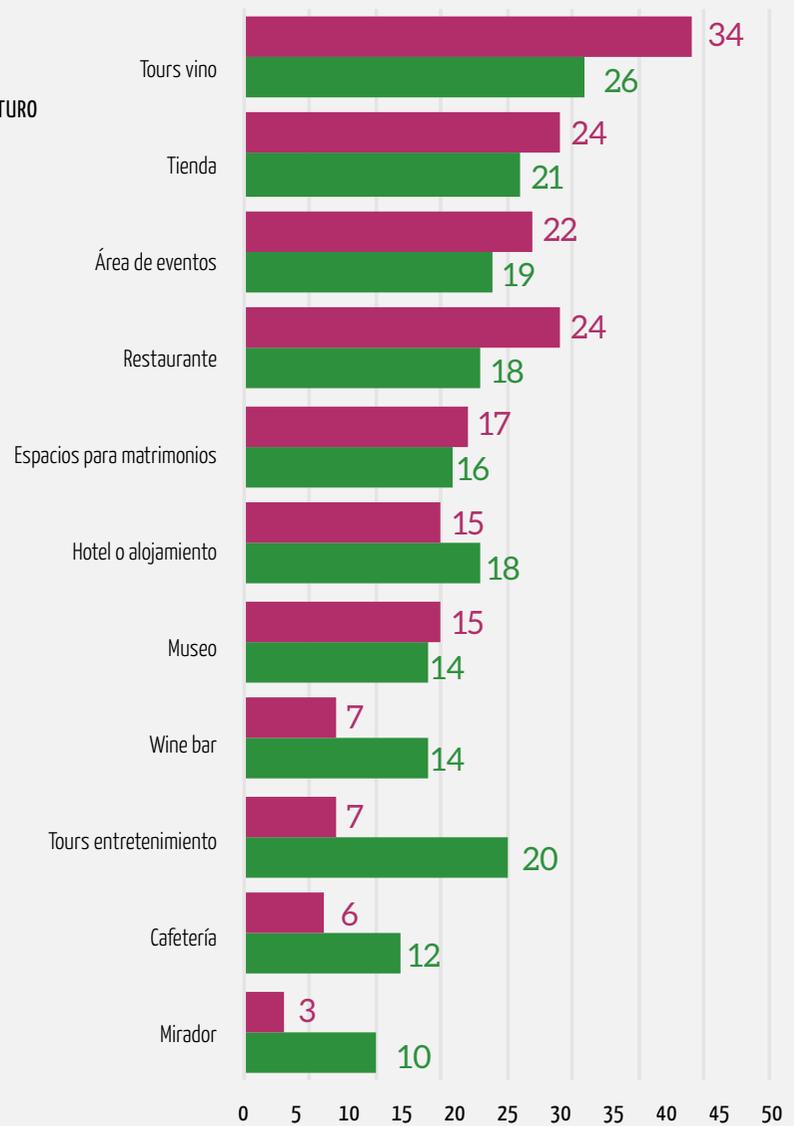
Se observa una fuerte tendencia a considerar como prioritario el lanzamiento de nuevos productos enoturísticos que en la actualidad no se están prestando. En este ámbito destacan el interés por crear nuevas ofertas de tours de entretenimiento y de puesta en marcha de wine bars.



PRODUCTOS ENOTURÍSTICOS OFRECIDOS EN LA ACTUALIDAD Y QUE SE QUIEREN OFRECER EN EL FUTURO POR EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

OFRECIDOS EN LA ACTUALIDAD

NUEVOS QUE SE QUIEREN OFRECER EN EL FUTURO



Número de encuestados que opinan (Que se ofrece cada uno de los productos; que se tiene interés en ofrecerlo en el futuro)

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



4/ MAPA OCUPACIONAL DEL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO

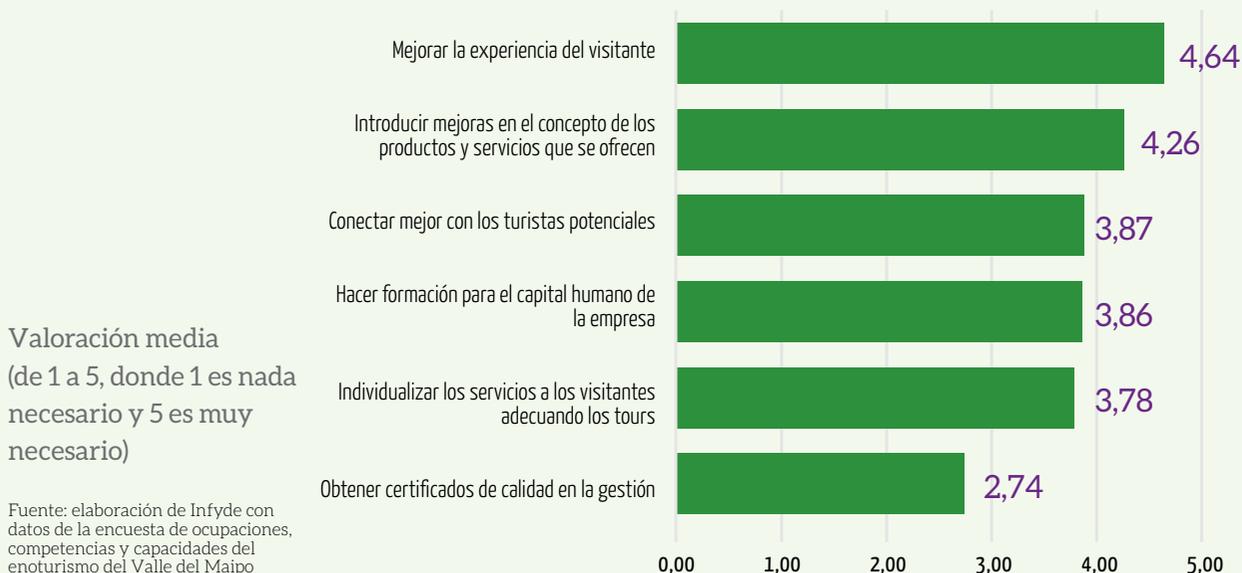
El Mapa Ocupacional es el conjunto de ocupaciones que necesitan o van a necesitar las empresas que integran la cadena de valor del sector enoturismo en el Valle del Maipo (es decir, empresas vitivinícolas y afines tales como restaurantes, hoteles, tour operadores, empresas de turismo de aventuras y de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

4.1/ CALIDAD DEL PRODUCTO

El estudio refleja una tendencia por parte de las viñas del valle a considerar que resulta muy necesaria mejorar la experiencia de los visitantes a los viñedos y viñas.



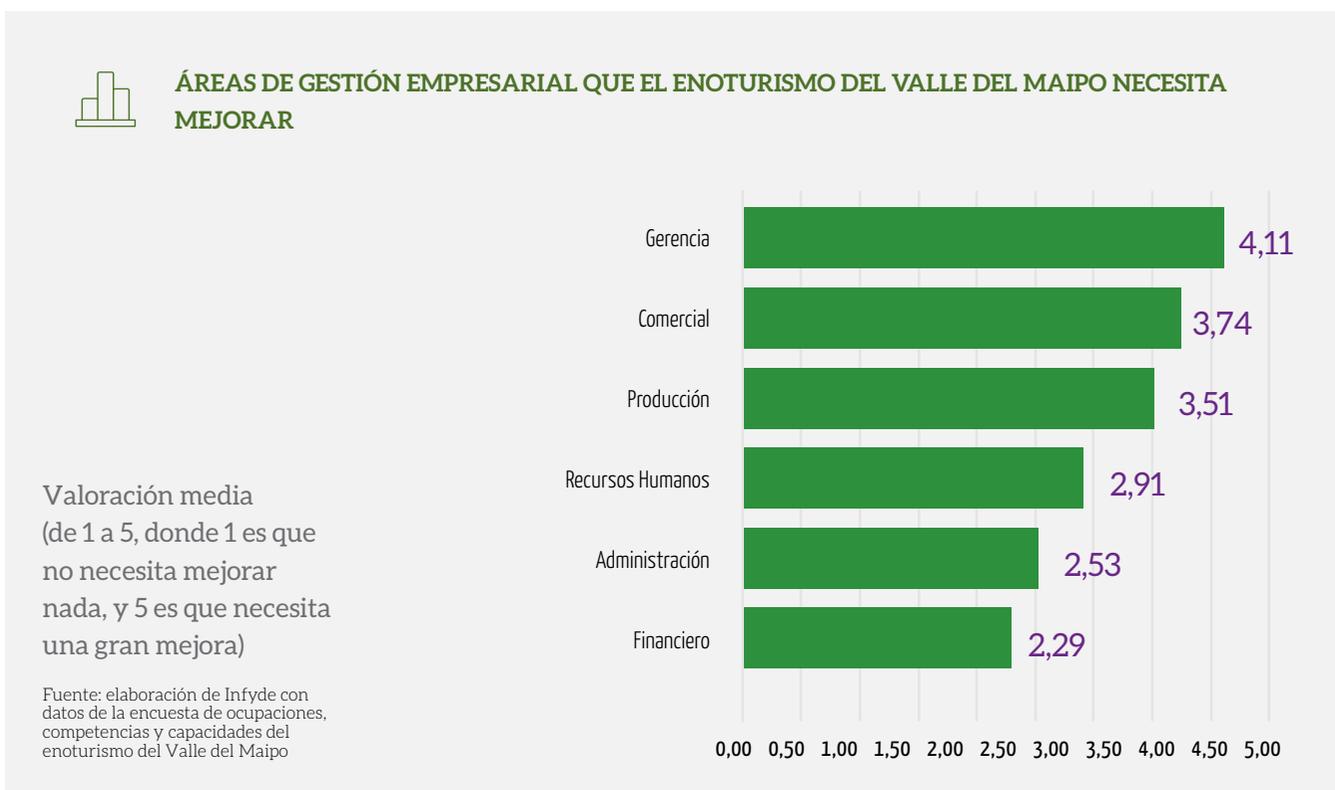
MEJORAS NECESARIAS EN LOS PRODUCTOS ENOTURÍSTICOS DEL VALLE DEL MAIPO



Para avanzar en el desarrollo de estas mejoras, se percibe con fuerza la necesidad de atraer y formar capital humano para los empleos de guías turísticos.

4.2/ GESTIÓN DEL NEGOCIO

El estudio también refleja 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.



Así, se observa la tendencia a demandar un perfil laboral de gestor de negocios enoturísticos y técnicos multidisciplinares para realizar diversas funciones integradas como las de guías, vendedores, cobradores, conductores, etc.

4.3/ 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.

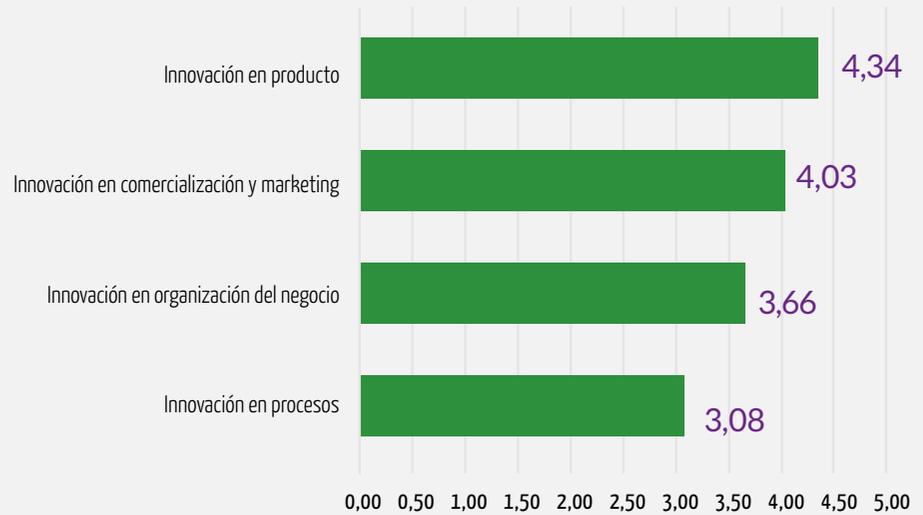
También se tiende a considerar relevante la innovación en comercialización e internacionalización, esencialmente debido a la percepción como muy necesario en este campo de cara al futuro del negocio la introducción de la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICs y la gestión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



TIPOS DE INNOVACIÓN NECESARIOS PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es que no necesita mejorar nada, y 5 es que necesita una gran mejora)

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



4.4/ COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

En materia de comercialización e internacionalización, 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.

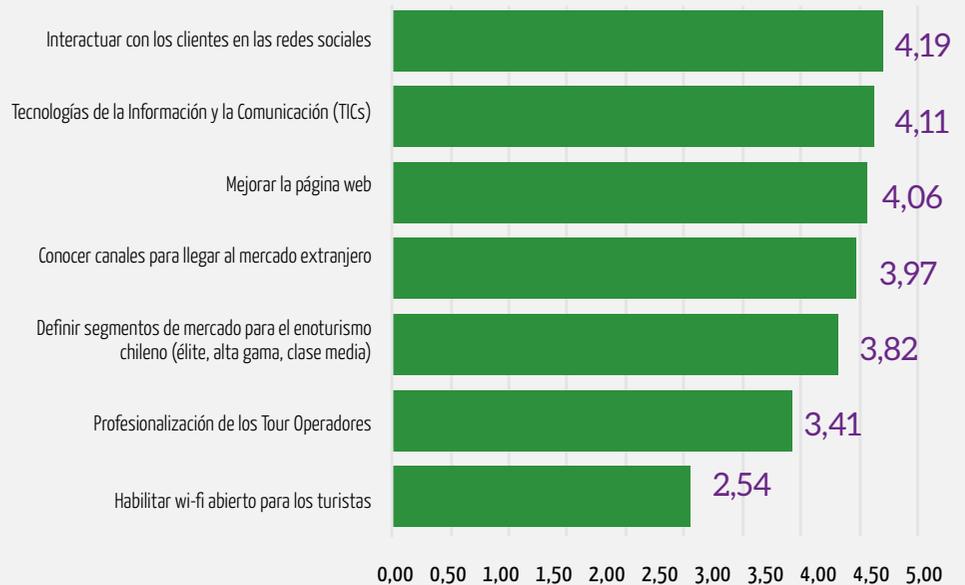
Se plantea en el sector la pregunta ¿cómo llegar a los turistas? Se persigue de manera creciente identificar los canales para conocer e identificar a los diversos segmentos de clientes potenciales, y contactar con ellos para cerrar reservas y contratar viajes.



MEJORAS NECESARIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es que no necesita mejorar nada, y 5 es que necesita una gran mejora)

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



Para ello, se demanda cada vez más la mejora de la coordinación estratégica y operativa entre la línea de enoturismo y las matrices de las bodegas para alinear los objetivos comerciales y fortalecer la capacidad del enoturismo de generar resultados favorables para el negocio.

4.5/ COOPERACIÓN EN RED

La mejora en la asociatividad entre las viñas para el impulso de proyectos comunes tiene la consideración de una necesidad relativa media-alta. También es relevante la importancia otorgada a la necesidad de mejorar las rutas del vino.

Se percibe que existen capacidades para la cooperación, pero que la asociatividad está desarticulada. Se observa la tendencia a considerar que se debe mejorar el conocimiento de la oferta de los socios potenciales entre viñas.

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.

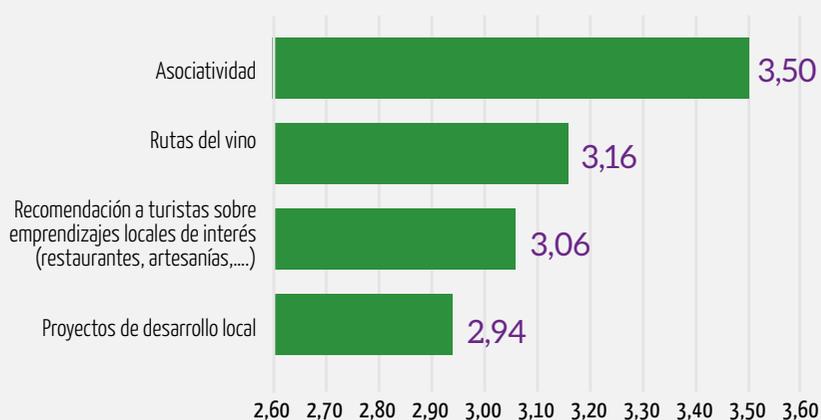
Se manifiesta una tendencia a considerar importante la interacción con las municipalidades para impulsar proyectos de desarrollo local en el ámbito del enoturismo y la consecución de acuerdos operativos concretos para crear y constituir una Asociación de viñas con forma jurídica independiente que se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



MEJORAS NECESARIAS EN ACCIONES DE COOPERACIÓN PARA EL ENOTURISMO ENTRE VIÑEDOS DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media
(de 1 a 5, donde 1 es que no necesita mejorar nada, y 5 es que necesita una gran mejora)

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



5/ MAPA COMPETENCIAL DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO



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.



5.1/ CALIDAD DEL PRODUCTO

Se consideran claves 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.

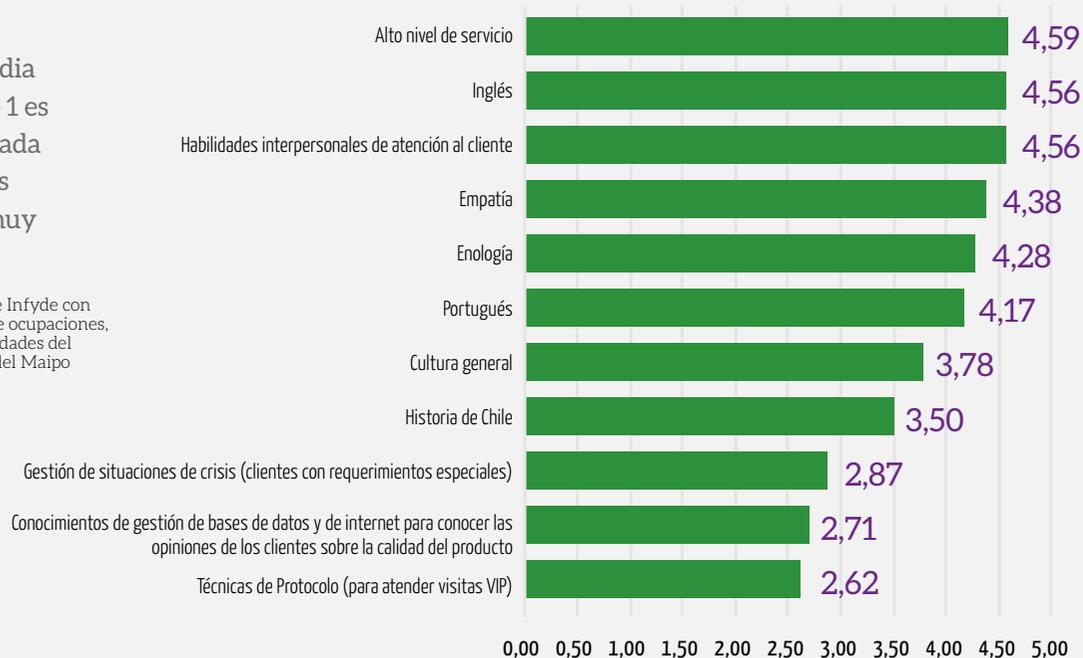
También destaca una fuerte tendencia a valorar de gran importancia competencias como la empatía, la enología y el idioma portugués.



COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO NECESARIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es competencia nada necesaria y 5 es competencia muy necesaria)

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



5.2/ GESTIÓN DEL NEGOCIO

Se considera necesaria la mejora en la definición y ejecución de Planes de Gestión específicos de los negocios enoturísticos. El estudio refleja la necesidad de mejorar los planes de negocio, las 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 considera 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.

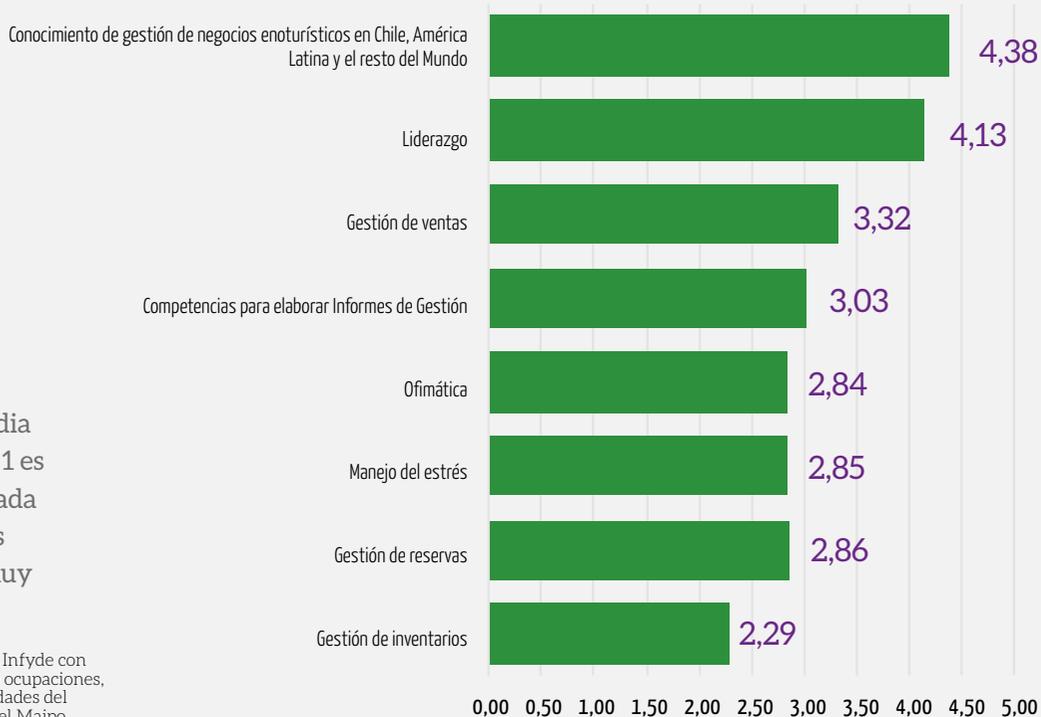
En efecto, para la mejora de la gestión y la organización, se tiende a considerar la necesidad de incorporar a los negocios enoturísticos capital humano con competencias como conocimiento del producto turístico, de la oferta y demanda que tiene el país, y de herramientas de gestión para planificar un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



COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO NECESARIAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media
(de 1 a 5, donde 1 es
competencia nada
necesaria y 5 es
competencia muy
necesaria)

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



5.3/ INNOVACIÓN

El estudio refleja la 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.

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.

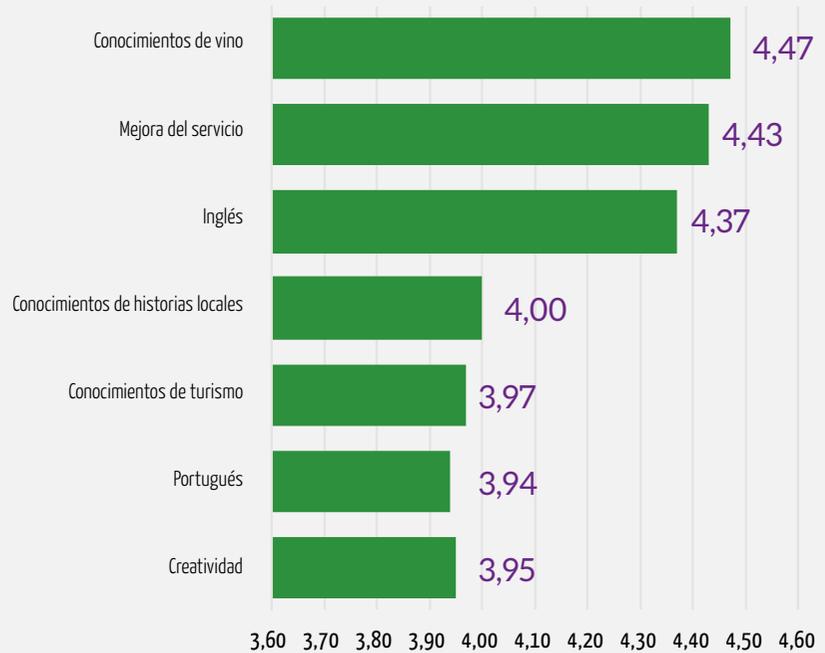
También se tiende a demandar saber el lenguaje del vino en inglés, como forma de tener una base para transformar la creatividad en innovaciones de nuevos productos y servicios para los turistas. Se tiende a buscar competencias para innovar en la experiencia, para relacionarse más con la marca, y para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



COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO NECESARIAS PARA LA INNOVACIÓN DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media
(de 1 a 5, donde 1 es
competencia nada
necesaria y 5 es
competencia muy
necesaria)

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



5.4/ 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.

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.

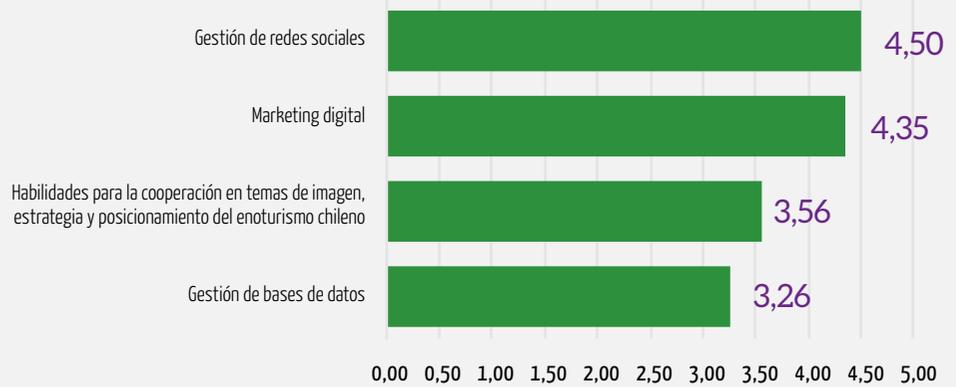
También competencias de comunicación, de idiomas, de historia del entorno, de servicios, y de redes sociales. Se requiere una profesionalización de la actividad comercial para el sector turismo, "que los comerciales no digan lo que quieran sino lo que tenga sentido".



COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO NECESARIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DEL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es competencia nada necesaria y 5 es competencia muy necesaria)

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



5.5/ 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, para mejorar la calidad sus productos y servicios a los visitantes y turistas que se acercan a las viñas.

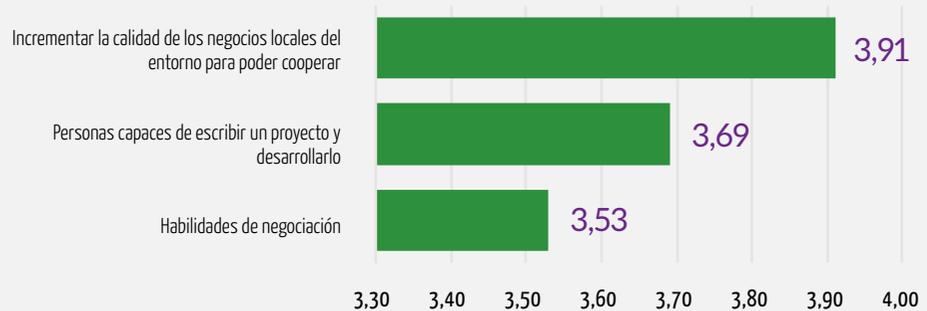
También las competencias para escribir, definir e implementar proyectos de desarrollo local.



COMPETENCIAS DEL CAPITAL HUMANO NECESARIAS PARA LA COOPERACIÓN EN EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es competencia nada necesaria y 5 es competencia muy necesaria)

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





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



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.

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

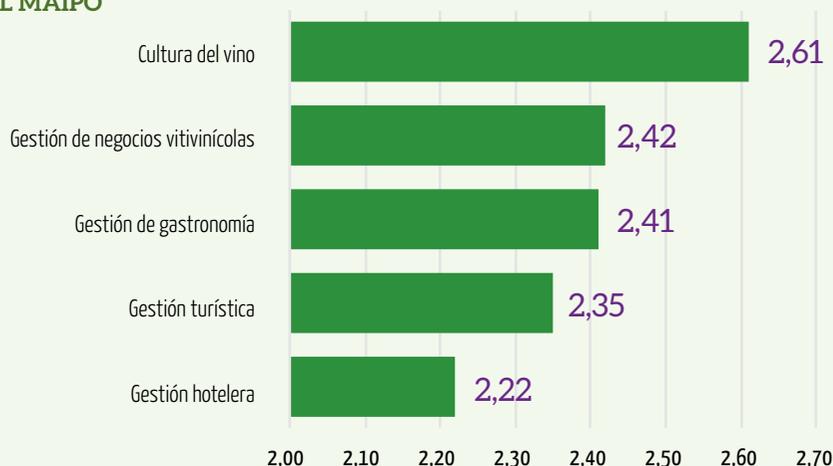
El estudio muestra una tendencia a considerar que la oferta formativa en la Región Metropolitana se encuentra poco orientada al enoturismo. Así, en todos los ámbitos considerados de oferta formativa, se tiende a considerar que la orientación al enoturismo de sus contenidos es muy baja e insuficiente.



ORIENTACIÓN AL ENOTURISMO DE LA OFERTA FORMATIVA CONOCIDA POR LOS AGENTES Y VIÑEDOS DEL VALLE DEL MAIPO

Valoración media (de 1 a 5, donde 1 es competencia nada necesaria y 5 es competencia muy necesaria)

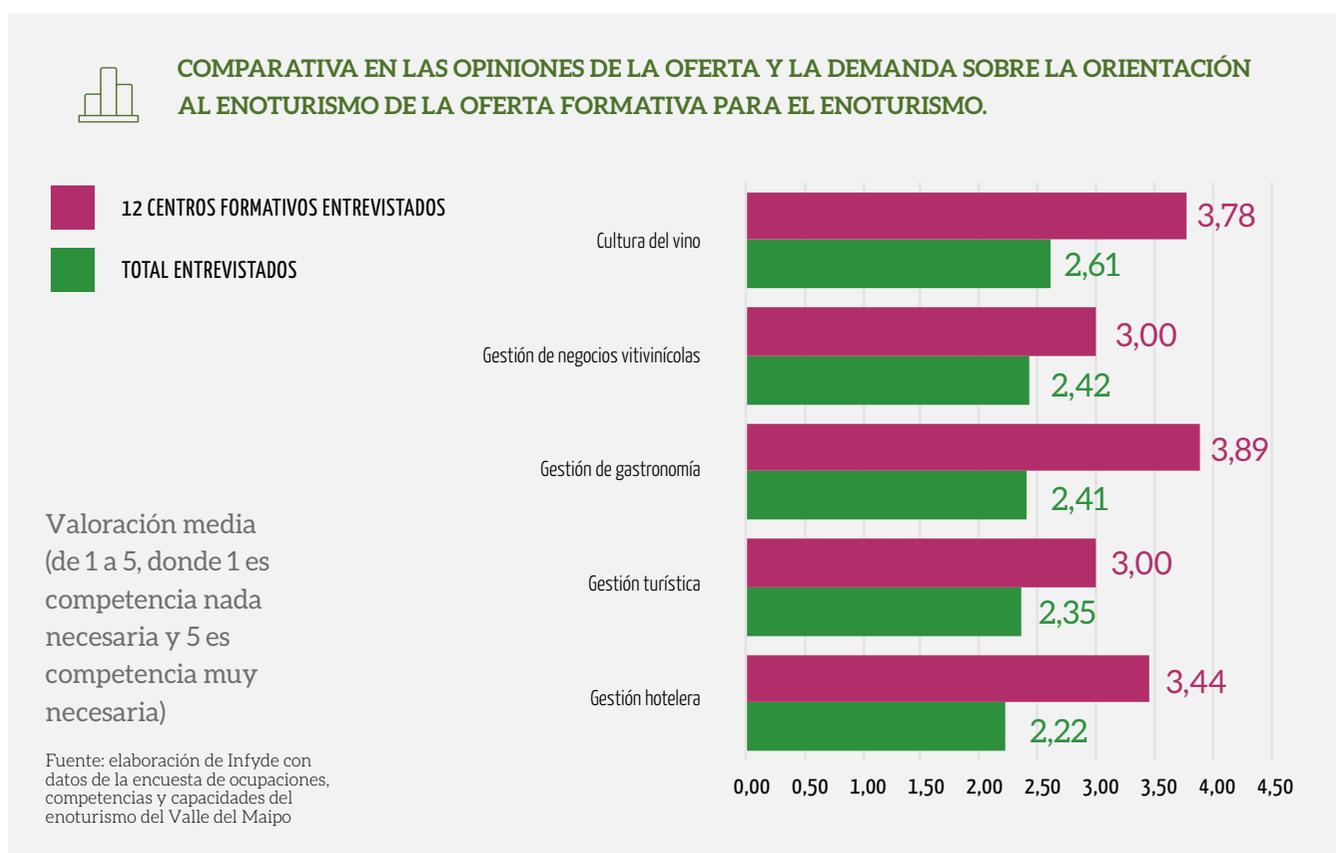
Fuente: elaboración de Infyde con datos de la encuesta de ocupaciones, competencias y capacidades del enoturismo del Valle del Maipo



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 con oferta formativa relacionada con el turismo y la gastronomía, se observa una tendencia general a considerar que la oferta formativa existente está más orientada al enoturismo de lo que lo considera el resto de agentes, como viñas y empresas de oferta complementaria.

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 empresas y agentes.



Un factor destacado percibido por los agentes y empresas del sector 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, sí 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.

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

En consecuencia, los resultados del estudio indican que existe una brecha muy importante en la carencia de ajuste de la oferta formativa a las demandas del enoturismo, por 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.



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.



COMPARATIVA EN LAS OPINIONES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA SOBRE LAS BRECHAS DE FORMATIVA PARA EL ENOTURISMO EXISTENTES EN EL VALLE DEL MAIPO



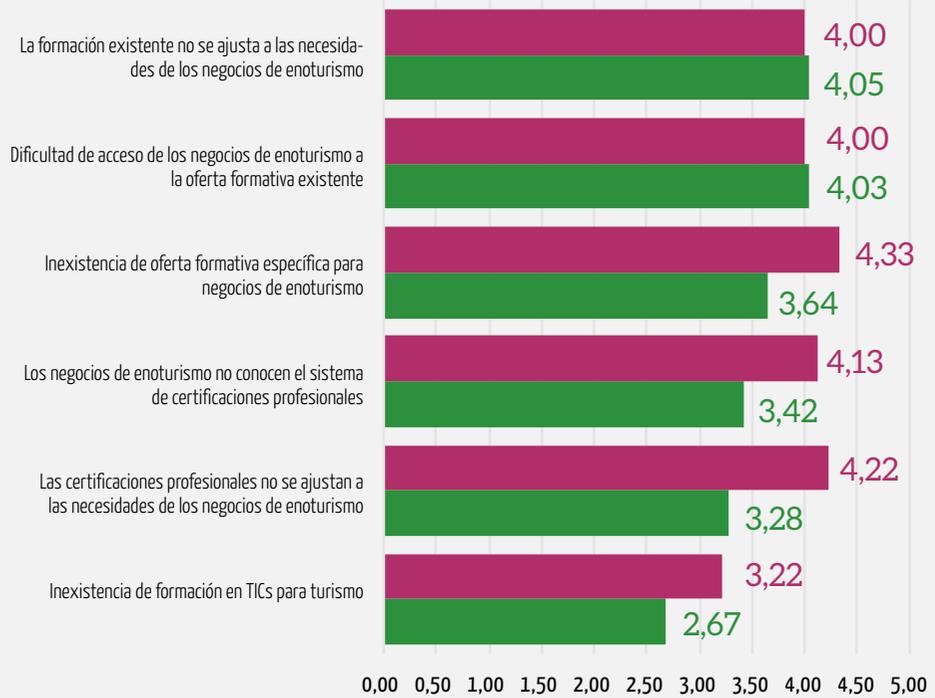
12 CENTROS FORMATIVOS ENTREVISTADOS



TOTAL ENTREVISTADOS

Valoración media
(de 1 a 5, donde 1 es
competencia nada
necesaria y 5 es
competencia muy
necesaria)

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





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
<ul style="list-style-type: none"> » Existencia de un marco estratégico nacional y meso-regional (Programas Estratégicos) de apoyo al desarrollo del turismo sustentable y del enoturismo » Fuerte posición internacional de la industria del vino chileno » Han crecido el número de empresas de turismo en el Valle del Maipo (gastronomía, hotelería y entretenimiento) » Tendencia a la demanda de mejoras en calidad, gestión e innovación de los negocios y agentes que operan en el Valle del Maipo 	<ul style="list-style-type: none"> » Tendencias internacionales hacia el crecimiento del enoturismo » Enoturismo atrae visitantes de alto poder adquisitivo » 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 » Mayor crecimiento del número de empleados en el turismo que en la industria del vino en el Valle del Maipo » Desarrollo del enoturismo experiencial » Interés de los negocios de enoturismo por crear nuevos servicios de entretenimiento en el Valle
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> » Carencia de orientación específica hacia el enoturismo de la oferta formativa y del sistema de certificaciones profesionales chileno » Carencia de orientación al enoturismo de los programas nacionales de calidad turística » Baja asociatividad para impulsar la especialización inteligente del enoturismo del Valle del Maipo » Falencias en estrategia y planes de gestión de los negocios enoturísticos del valle » Bajas competencias del capital humano en idiomas, orientación al servicio al cliente, TICs y conocimientos de enología y de turismo » Dificultad de acceso de las empresas enoturísticas a información sobre los cursos disponibles existentes 	<ul style="list-style-type: none"> » El rubro de los servicios de entretenimiento no es intensivo en creación de empleo por cuenta ajena » Fuerte decrecimiento de la productividad (Ventas/empleados) en el sector del turismo del Valle del Maipo » 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) » Baja orientación de la oferta formativa a las demandas del tejido empresarial enoturístico



8/ PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO



En base al enfoque metodológico desarrollado, se presentan a continuación los contenidos del Programa de Capacitación para el enoturismo en el Valle del Maipo. Tiene los siguientes contenidos.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL ENOTURISMO EN EL VALLE DEL MAIPO



Fuente: elaboración de Infyde.

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”¹.

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 importante², aunque disgregada y poco coordinada. En él están ubicadas viñas muy grandes 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.



¹ Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente "Enoturismo Sustentable de la Zona Central". Hoja de Ruta 2017

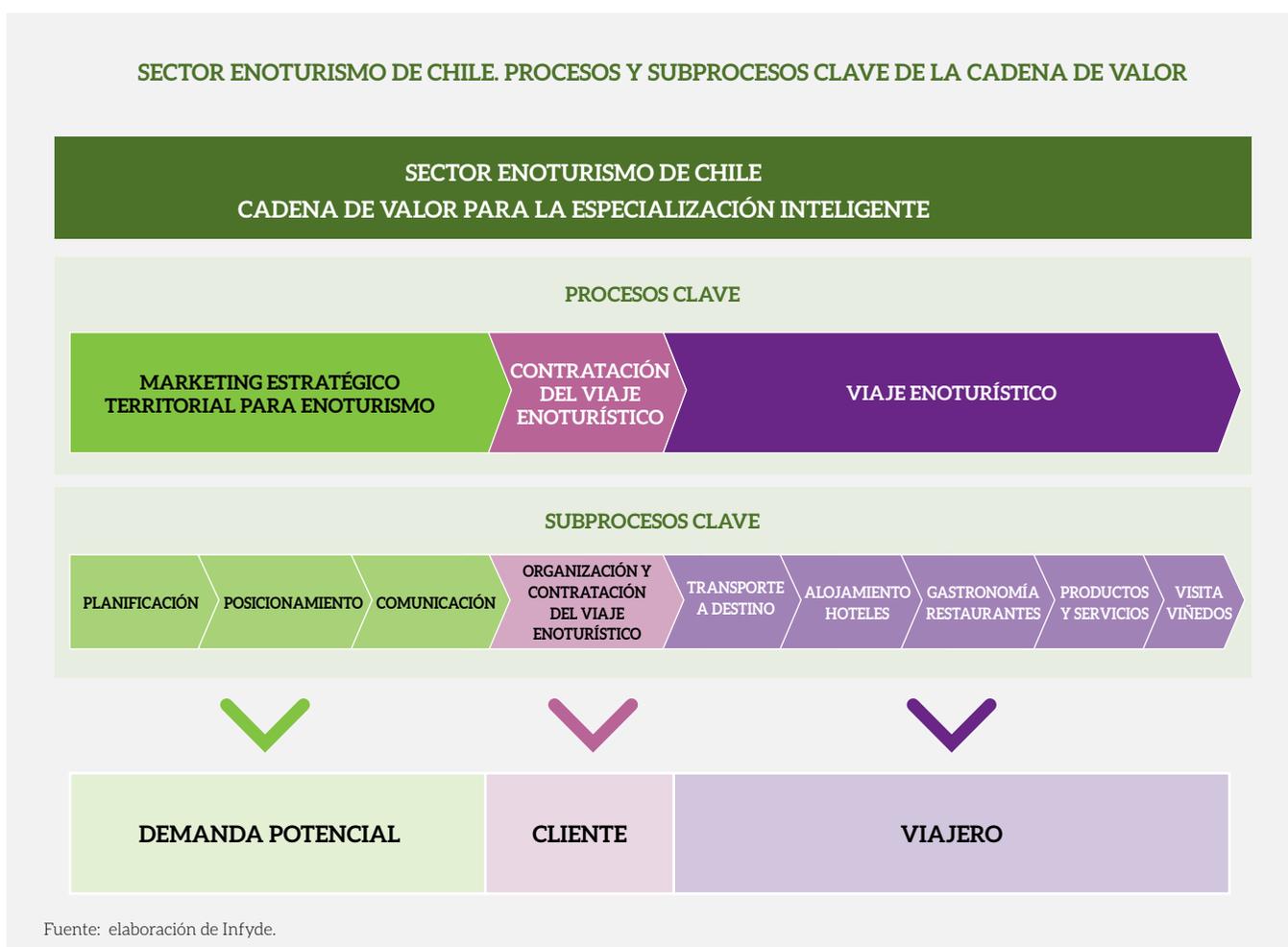
² Diagnóstico de la cadena de valor del enoturismo en Chile. Programa Estratégico Meso Regional de Especialización Inteligente "Enoturismo Sustentable de la Zona Central"

8.2/ MAPA DE PROCESOS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR ENOTURISTICO

La cadena de valor del enoturismo está integrada por tres procesos clave, que son:

- » el marketing estratégico territorial para el enoturismo,
- » la contratación del viaje enoturístico, y
- » el desarrollo del propio viaje de turismo del vino.

Cada uno de estos grandes procesos está integrado por un conjunto de sub-procesos, que se presentan en el siguiente gráfico.



En este contexto, y atendiendo al diagnóstico elaborado de Mapa de Ocupaciones, Mapa de Competencias y Mapa de Capacidades, se observa la tendencia a considerar prioritarias las siguientes **funciones, perfiles profesionales y niveles de cualificación**, para cada uno de los **procesos y subprocesos clave de la cadena de valor**.

SECTOR ENOTURISMO DE CHILE. FUNCIONES, PERFILES Y NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS SUBPROCESOS DE MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL



Fuente: elaboración de Infyde.

SECTOR ENOTURISMO DE CHILE. FUNCIONES, PERFILES Y NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS SUBPROCESOS DE CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO



Fuente: elaboración de Infyde.

SECTOR ENOTURISMO DE CHILE. FUNCIONES, PERFILES Y NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS SUBPROCESOS DE DESARROLLO DEL VIAJE DE TURISMO DEL VINO



Fuente: elaboración de Infyde.

8.3/ PERFILES OCUPACIONALES DEMANDADOS POR EL ENOTURISMO DEL VALLE DEL MAIPO

Los **Perfiles Ocupacionales** identificados en este estudio reflejan las demandas de capital humano de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo.

Las empresas del sector enoturístico del Valle del Maipo tienden a demandar capital humano residente en el entorno del propio valle. Se están encontrando en la actualidad, tal y como se ha observado durante la etapa de diagnóstico de este estudio, con dificultades para encontrar profesionales con la cualificación adecuada que quieran trabajar en los negocios enoturísticos en el valle.

El trabajo turístico en los viñedos no resulta suficientemente rentable para trabajadores residentes en Santiago capital. Por ello, las empresas del sector tienden a demandar la contratación de profesionales residentes en las comunas integrantes del valle.

Sin embargo, se observa una brecha entre las demandas de profesionales con competencias adecuadas (idiomas, habilidades blandas, conocimientos de vino y del negocio del sector turístico) que manifiestan las empresas, y el perfil de competencias que presentan en la actualidad los trabajadores residentes en el valle.

Por ello, el diseño de unos perfiles ocupacionales ajustados a las necesidades del sector, es una tarea clave para **orientar los contenidos de unos itinerarios formativos que permitan al capital humano local formarse adecuadamente para trabajar en las empresas de futuro en el valle.**

De esta forma, **los itinerarios formativos para estos perfiles ocupacionales contribuirán no solamente a favorecer el desarrollo competitivo de las empresas enoturísticas de la comarca, sino también a formar al capital humano residente en el valle y a incrementar su nivel de cualificación.**

En este contexto, se presentan a continuación los perfiles ocupacionales que las empresas de la cadena de valor del enoturismo del Valle del Maipo tienden a demandar, y los niveles de cualificación exigible a cada uno de los perfiles.

CADENA DE VALOR		PERFIL OCUPACIONAL		ÁMBITO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR		
PROCESO	SUBPROCESO	PERFIL	NIVEL DE CUALIFICACIÓN			
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none"> > Planificación > Posicionamiento > Comunicación 	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	4	Cooperación Asociatividad		
		CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> > Organización y contratación del viaje enoturístico 	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	3	Mejora en la gestión / innovación
				GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	2	Internacionalización
				GESTOR DE REDES SOCIALES	2	Internacionalización
AGENTE DE VIAJES	1			Internacionalización		
VIAJE ENOTURÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> > Transporte a destino 	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	3	Mejora de la calidad		
	<ul style="list-style-type: none"> > Alojamiento 	GESTOR DE HOTEL MUCAMA	3	Mejora de la calidad / innovación		
			2	Mejora de la calidad		
	<ul style="list-style-type: none"> > Gastronomía 	CHEF COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL SUMILLER	4	Mejora de la calidad / innovación		
			3	Mejora de la calidad		
			3	Mejora de la calidad		
<ul style="list-style-type: none"> > Productos y servicios 	GUÍA ENOTURÍSTICO	4	Mejora de la calidad / innovación			
<ul style="list-style-type: none"> > Visita a viñedos 						

Fuente: elaboración de Infyde.

A continuación, se presentan las **Fichas de Perfil Ocupacional** de las ocupaciones identificadas en el contexto competitivo del sector enoturístico del Valle del Maipo en la actualidad.

8.3.1/ AGENTE DE DESARROLLO LOCAL

El perfil ocupacional de **Agente de Desarrollo Local** se considera prioritario por las viñas del valle. Los viñedos tienden a considerar que las actividades de cooperación y asociatividad entre viñas han de estar organizadas, puestas en marcha y desarrolladas por parte de las municipalidades.

Los viñedos consideran que el desarrollo económico local tiene el potencial de contribuir a introducir la innovación en las empresas, organizando actividades de formación para los trabajadores locales, eventos y talleres en el ámbito de tecnologías y conocimientos clave para el turismo, y prestando asesoramiento especializado a los negocios locales de turismo del vino.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
4	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA ENOTURISMO
SUBPROCESOS	PLANIFICACIÓN; POSICIONAMIENTO; COMUNICACIÓN
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	COOPERACIÓN; ASOCIATIVIDAD
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ~ Elaborar proyectos de desarrollo local ~ Desarrollar el concepto de destino ~ Implementar acciones de marketing territorial ~ Promover proyectos de asociatividad empresarial ~ Comunicación del destino al exterior
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Estudiar el impacto del ordenamiento territorial al desarrollo socio económico local	<ul style="list-style-type: none"> ~ Estudios de impacto socio económico ~ Tendencias internacionales del Enoturismo ~ Desarrollo de infraestructuras habilitantes para el Enoturismo
Diseñar e implementar Programas de Apoyo al Enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> ~ Programas de Innovación y Formación Enoturística ~ Programas de Difusión de Tecnologías para el enoturismo ~ Programas de Asesoramiento Empresarial ~ Programas de Emprendizaje en el enoturismo
Promover la Asociatividad entre los viñedos para el enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> ~ Plan de Asociatividad para el Enoturismo ~ Marketing Territorial
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Elaboración de Estudios socio económicos	<ul style="list-style-type: none"> ~ Técnicas de Negociación ~ Trabajo en Equipo ~ Liderazgo ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Planificación y ordenamiento territorial para el desarrollo socio económico	
Diseño y gestión de Programas y Planes de Desarrollo Económico Local	
Inglés	

8.3.2/ GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA

El perfil ocupacional de **Gestor de Empresa Enoturística** se considera prioritario por el sector enoturístico del Valle del Maipo. Los grandes viñedos han reorientado y desarrollado sus estrategias de enoturismo, contratando capital humano especializado con competencias y conocimiento en el mercado del turismo.

Por su parte, los viñedos medianos y pequeños tienden a integrar las funciones de gestión de la línea de negocio enoturística con las de relaciones públicas y comercialización que realiza la bodega para la venta de vino. Sin embargo, de manera creciente, tienden a exigir estrategias de rentabilización de sus actividades de turismo del vino, incluyendo planes de gestión con indicadores.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA INNOVACIÓN
FUNCIONES	~ Diseñar y gestionar nuevos productos turísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar una Estrategia para la línea de negocio de turismo del vino	~ Diseño de Estrategia Empresarial
Diseñar nuevos productos y servicios enoturísticos innovadores	~ Creatividad y diseño de productos y servicios turísticos
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la línea de negocio de turismo del vino	~ Diseño de Planes de Gestión ~ Implantación de Planes de Gestión
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad de la línea de negocio enoturística	~ Seguimiento de Planes de Gestión
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión de negocios turísticos	~ Técnicas de Negociación ~ Trabajo en Equipo ~ Liderazgo ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Cultura del vino	
Gestión de productos y servicios turísticos	
Gestión de Procesos en empresas de servicios	
Marketing de servicios	
Marketing digital	
TICs aplicadas al turismo	
Organización de empresas de servicios	
Inglés	

8.3.3/ GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS

El perfil ocupacional de **Gestor de Marketing con idiomas** es un perfil que las empresas del sector tienden a demandar.

El reto que las empresas enoturísticas afrontan en materia de marketing consiste en desarrollar competencias y conocimiento del mercado del turismo. Las bodegas provienen del sector de la producción del vino, y en los últimos años han puesto en el mercado servicios para recibir a visitantes que tienen interés por conocer sus procesos de producción y los paisajes de sus viñedos.

En este contexto, las empresas del sector afrontan el reto de diseñar estrategias inteligentes de segmentación de mercados internacionales para saber cuáles son los turistas de cualquier parte del mundo que tienen el potencial interés de conocer sus vinos y visitar sus viñedos.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	~ Vender productos y servicios turísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Planes de Marketing Estratégico	~ Estudio de las tendencias del mercado enoturístico internacional ~ Diagnostico de la situación del mercado enoturístico internacional ~ Diseño de líneas Estratégicas de Acción de mercado
Diseñar Acciones de Marketing Mix	~ Implantación de acciones de desarrollo de producto turístico ~ Implantación de una política de precios ~ Implantación de acciones de venta por los canales de comercialización ~ Implantación de acciones de publicidad y comunicación
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Marketing Estratégico	~ Trabajo en Equipo ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Marketing Mix	
Inglés	
Portugués	

8.3.4/ GESTOR DE REDES SOCIALES

Las empresas que operan en la actualidad en el mercado del turismo del vino en el Valle del Maipo, tienden a demandar el perfil ocupacional de **Gestor de Redes Sociales**, para favorecer una profesionalización de la actividad comercial y de internacionalización específica para el sector turismo. Por ello, demandan técnicos que sean capaces de saber cómo se vende un producto turístico a través de sus canales de comercialización nacional e internacional específicos.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE REDES SOCIALES	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ~ Gestionar aplicaciones de Redes Sociales ~ Realizar seguimiento y fidelización de clientes turistas
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Redes Sociales para servicios enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> ~ Estudio de los canales de comunicación de internet para la venta de productos y servicios enoturísticos ~ Diagnóstico de la situación del mercado de servicios enoturísticos ~ Elaboración de informes sobre las características de los productos y servicios enoturísticos a nivel internacional
Captar clientes para negocios enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> ~ Conocimiento de las tendencias de las demandas de los turistas del vino ~ Conocimiento de las tendencias de los canales de compra de los turistas del vino ~ Elaboración e implementación de acciones de venta de los productos y servicios enoturísticos a través de las herramientas de internet
Evaluar la satisfacción de los clientes durante todo el proceso del viaje enoturístico	<ul style="list-style-type: none"> ~ Gestión de la web de la empresa enoturística ~ Seguimiento y fidelización del turista después de haber realizado la visita a los viñedos
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Venta de servicios turísticos por internet	<ul style="list-style-type: none"> ~ Trabajo en Equipo ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Gestión de Redes Sociales	
Inglés	
Portugués	

8.3.5/ AGENTE DE VIAJES

El perfil ocupacional de **Agente de Viajes** tiende a ser demandado por las empresas enoturísticas del Valle del Maipo, que tienden a presentar un conocimiento y un nivel de cooperación medio con las agencias de viajes y los tour operadores. En la actualidad, se demanda un mayor conocimiento sobre los mecanismos de funcionamiento de la tour operación y de la intermediación para la venta de productos y servicios turísticos.

Las agencias de viajes y tour operadores que operan con los viñedos se encuentran ubicados fuera del valle, esencialmente en Santiago. Los tour operadores en la actualidad tienden a considerar que la oferta de turismo del vino del Valle del Maipo es poco variada. Tienden a opinar que “todas las viñas ofrecen el mismo producto turístico, sin diferenciación entre sus tours, ni una oferta innovadora de productos de turismo del vino”.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
AGENTE DE VIAJES	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
1	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ORGANIZACIÓN Y CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ENOTURÍSTICA
FUNCIONES	~ Gestionar reservas
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar paquetes de productos y servicios enoturísticos	~ Establecimiento de relaciones de cooperación con las empresas de turismo del vino ~ Diseño de paquetes enoturísticos ~ Organización de viajes enoturísticos
Comercializar productos y servicios enoturísticos	~ Concreción de reservas de viajes enoturísticos
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión de ventas de productos y servicios enoturísticos	~ Técnicas de Negociación ~ Comunicación
Gestión de reservas	

8.3.6/ GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO

El perfil ocupacional de **Gestor de Empresa de Transporte Turístico** es un nuevo perfil con un potencial de desarrollo para el futuro. Los viñedos del Valle del Maipo tienden a considerar que los conductores de transporte turístico son un servicio que debe estar incluido en la oferta de las agencias de viaje y los tour operadores a los turistas.

De hecho, los viñedos tienden a considerar que los servicios que ellos han de prestar se limitan a la visita por sus instalaciones incluida en el precio de sus tours. Estos tours incluyen la recepción de los visitantes una vez han llegado a la taquilla donde adquieren el ticket para la realización del tour.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	TRANSPORTE A DESTINO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	~ Manejar transporte turístico
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de negocios de transporte turístico	~ Diseño de Estrategia Empresarial ~ Establecimiento de relaciones comerciales con viñedos, agencias de viajes y tour operadores
Diseñar itinerarios enoturísticos	~ Participación en el diseño de itinerarios enoturísticos en cooperación con viñedos, agencias de viaje y tour operadores ~ Realización de itinerarios enoturísticos
Conducir vehículos de uso turístico	Conducción de autos motorizados
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión de negocios de transporte turístico	~ Liderazgo ~ Técnicas de Negociación ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Cultura del vino	
Licencia de conducir	
Inglés	
Portugués	

8.3.7/ GESTOR DE HOTEL

El perfil ocupacional de **Gestor de Hotel** no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito por el sistema nacional de certificaciones profesionales.

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 gestores de hoteles con competencias para mejorar la calidad de los servicios de alojamiento en el entorno local, y progresar en la profesionalización de la gestión de los moteles, hoteles y alojamientos existentes.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GESTOR DE HOTEL	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ALOJAMIENTO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	~ Gestionar hoteles enoturísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Gestión Hotelera	~ Diseño de Estrategia Empresarial
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión Hotelera	~ Diseño de Planes de Gestión ~ Implantación de Planes de gestión
Establecer y monitorizar indicadores de seguimiento de la rentabilidad del hotel	~ Seguimiento de Planes de Gestión
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gestión hotelera	~ Técnicas de Negociación ~ Trabajo en Equipo ~ Liderazgo ~ Iniciativa y aprendizaje permanente ~ Comunicación
Cultura del vino	
Gestión de reservas de alojamiento	
TICs aplicadas a la hotelería	
Marketing digital para hotelería	
Sistemas de gestión de la mejora de la calidad total	
Inglés	
Portugués	

8.3.8/ MUCAMA

El perfil ocupacional de **Mucama** se encuentra en la actualidad reconocido y descrito por el sistema nacional de certificaciones profesionales.

Las empresas de oferta complementaria tienden a demandar competencias en el capital humano responsable de la mantención de los alojamientos turísticos relacionadas con habilidades blandas para interactuar con los turistas alojados, y técnicas de organización del trabajo y de tratamiento de los equipamientos de las habitaciones, como doblados de toallas, y métodos de hacer las camas, entre otros.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
MUCAMA	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
2	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	ALOJAMIENTO
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	~ Mantención de recintos del alojamiento
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Asear, ordenar y acomodar habitaciones y baños	~ Atención al aseo y ordenación de habitaciones e instalaciones comunes
Asear y ordenar cocina	
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Técnicas de organización del trabajo para asear y ordenar de manera productiva	~ Técnicas de Negociación ~ Resolución de conflictos ~ Comunicación ~ Calidad de servicio
Métodos de aseo y organización (doblado de toallas, aseo de instalaciones y habitaciones, gestión de productos de limpieza y aseo, etc.)	
Atención al cliente	

8.3.9/ CHEF

El perfil ocupacional de **Chef** se encuentra en la actualidad reconocido y descrito por el sistema nacional de certificaciones profesionales.

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



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
CHEF	NIVEL DE CUALIFICACIÓN
	4
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	~ Diseñar y gestionar productos gastronómicos de ámbito local, nacional e internacional con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar Estrategias de Gestión de la oferta gastronómica de las instalaciones enoturísticas	~ Diseño de Estrategia Empresarial
Diseñar nuevos conceptos gastronómicos para negocios enoturísticos	~ Diseño de procesos culinarios de show-cooking ~ Colaboración con sumillers para el diseño de experiencias de cata y maridaje
Diseñar y poner en marcha un Plan de Gestión de la actividad gastronómica del negocio enoturístico	~ Diseño de Planes de Gestión ~ Implantación de Planes de Gestión
Organizar la actividad de la cocina	~ Diseño de menú ~ Organización de los procesos de cocinado
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gastronomía	~ Trabajo en Equipo ~ Liderazgo ~ Resolución de conflictos ~ Comunicación ~ Calidad de servicio ~ Atención al cliente
Gestión de negocios gastronómicos	
Cultura del vino	

8.3.10/ COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL

El perfil ocupacional de **Cocinero Nacional e Internacional** se encuentra en fase incipiente de demanda por parte de las viñas enoturísticas del Valle.

Los viñedos y las empresas de oferta complementaria como restaurantes y alojamientos, tienden a requerir cocineros con experiencia y conocimientos de la gastronomía local.

También tienden a demandar cocineros con conocimiento de gastronomías de otras partes del mundo, capaces de integrar los nuevos conceptos de cocina con las recetas tradicionales, y que diseñen nuevos menús saludables para los turistas, coherentes con un maridaje con los vinos locales.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	~ Cocinar gastronomía nacional e internacional con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Organizar la elaboración de los productos gastronómicos	~ Aprovechamiento de insumos gastronómicos ~ Almacenamiento de materias primas alimentarias ~ Organización de los materiales y equipamientos necesarios para la cocina
Cocinar	~ Ejecución de recetas gastronómicas ~ Aplicación de normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina ~ Emplatado y presentación de los platos cocinados ~ Maridaje de los platos con los vinos locales
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Gastronomía	~ Trabajo en Equipo ~ Comunicación
Cultura del vino	~ Calidad de servicio ~ Atención al cliente

8.3.11/ SUMILLER

Un perfil ocupacional relacionado con el de **Sumiller** no se encuentra en la actualidad reconocido y descrito por el Sistema Nacional de Competencias.

Los viñedos cuentan con sumillers cuya función principal consiste en participar en el proceso de elaboración de los vinos de las bodegas, analizando los vinos producidos desde la perspectiva del consumidor.

Como complemento a esta tarea principal, participan en los tours que las bodegas ofrecen a sus visitantes.

Por su parte, las empresas de oferta complementaria, como restaurantes y hoteles no tienden a contar entre los profesionales de su negocio con sumillers especializados en vino, sino con barmans que realizan las tareas genéricas de gestionar los servicios gastronómicos a los clientes.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
SUMILLER	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
3	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	GASTRONOMÍA
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS
FUNCIONES	~ Preparar bebestibles con maridaje
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Preparar la bodega de los negocios enoturísticos	~ Organización de la oferta de vinos del negocio enoturístico ~ Diseño de una Estrategia de Comunicación sobre los valores, características y atributos de los vinos de la bodega y del entorno
Diseñar los maridajes entre los vinos de la bodega y su oferta gastronómica	~ Atención al cliente para ofrecerle el vino adecuado para cada plato de la oferta gastronómica ~ Transferir conocimiento sobre vino al turista y al comensal
Ofrecer los vinos al turista y al comensal	~ Organización de catas ~ Servicio de vinos a turistas y comensales
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Cultura del vino	~ Comunicación ~ Calidad de servicio ~ Atención al cliente ~ Efectividad personal

8.3.12/ GUÍA ENOTURÍSTICO

Los **Guías Enoturísticos** que tienden a demandar en la actualidad las empresas del sector enoturístico son profesionales con formación y experiencia en el sector del turismo, y que tengan la disposición para iniciar un camino de especialización en la cultura del vino.

Los profesionales de guías enoturísticos son muy demandados por los viñedos, ya que resulta complicado encontrar capital humano dispuesto a trabajar en el Valle del Maipo en esta actividad. Los viñedos tienden a estar interesados en que se capacite al capital humano local para que desarrolle esta profesión en el futuro.



FICHA DE PERFIL OCUPACIONAL PARA EL ENOTURISMO	
GUÍA ENOTURÍSTICO	
NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
4	
SECTOR	ENOTURISMO
PROCESO CLAVE	VIAJE ENOTURÍSTICO
SUBPROCESOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS
ÁMBITO DE DESARROLLO COMPETITIVO DEL ENOTURISMO	MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ENOTURÍSTICOS INNOVACIÓN
FUNCIONES	~ Diseñar y gestionar nuevos productos y servicios enoturísticos
UNIDADES DE COMPETENCIA	
DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES CLAVE
Diseñar tours y servicios enoturísticos	~ Diseño de nuevas rutas de visita para los turistas del vino
Guiar a los turistas durante el desarrollo de los tours	~ Transmitir conocimiento e información sobre las historias locales, el proceso de producción del vino, y el maridaje de los vinos son la gastronomía local ~ Transmitir conocimiento comparativo sobre las características y atributos de las uvas y los vinos locales, en relación con las uvas y vinos de otras partes del mundo
CONOCIMIENTOS NECESARIOS	
TÉCNICOS	HABILIDADES TRANSVERSALES
Uvas y vinos de diversas partes del mundo	~ Calidad de servicio ~ Comunicación ~ Trabajo en equipo ~ Atención al cliente ~ Efectividad personal ~ Empatía
Catas	
Cultura y ritual del vino	
Gestión de servicios e itinerarios turísticos	
Creatividad	
Inglés	
Francés	
Portugués	
Conocimientos básicos de ruso aplicado al vino	
Conocimientos básicos de chino aplicado al vino	
Conocimientos básicos de japonés aplicado al vino	

8.4/ ITINERARIOS DE OFERTA FORMATIVA

Los **Itinerarios Formativos** que se presentan a continuación persiguen presentar la oferta formativa existente en la actualidad disponible para avanzar en el nivel de cualificación del capital humano en cada uno de los perfiles profesionales relacionados con el enoturismo.

Así, los itinerarios presentan potenciales **Acciones Formativas** que las personas de cada perfil profesional tienen la oportunidad de realizar para avanzar en su nivel de cualificación y para avanzar hacia la potencial obtención de un Certificado Laboral o incluso una Titulación Universitaria.

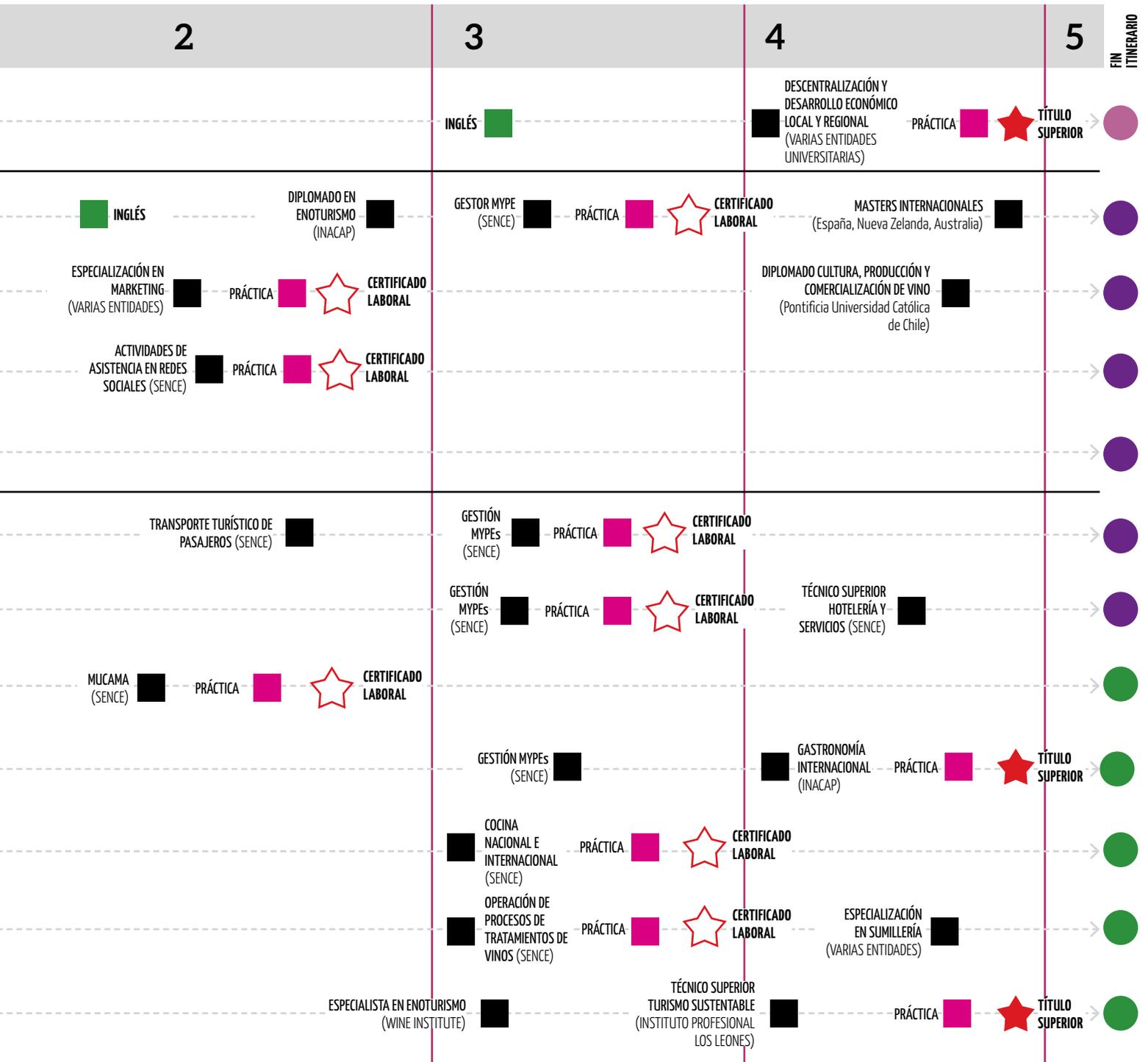
PROCESOS ENOTURISMO	PERFILES OCUPACIONALES	INICIO ITINERARIO	NIVEL CUALIFICACIÓN 1
MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL PARA ENOTURISMO	AGENTE DE DESARROLLO LOCAL	>	HAB, TRANS 
	GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA	>	HAB, TRANS  DIRECTRICES ENOTURISMO (M. TURISMO ARGENTINA) 
CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE MARKETING CON IDIOMAS	>	HAB, TRANS  INGLÉS  PORTUGUÉS 
	GESTOR DE REDES SOCIALES	>	HAB, TRANS  INGLÉS  PORTUGUÉS 
	AGENTE DE VIAJES	>	HAB, TRANS  SERVICIOS DE AGENTE DE VIAJES (SENCE)  PRÁCTICA   CERTIFICADO LABORAL
VIAJE ENOTURÍSTICO	GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO	>	HAB, TRANS  INGLÉS  PORTUGUÉS 
	GESTOR DE HOTEL	>	HAB, TRANS  INGLÉS  PORTUGUÉS 
	MUCAMA	>	HAB, TRANS 
	CHEF	>	HAB, TRANS 
	COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL	>	HAB, TRANS 
	SUMILLER	>	HAB, TRANS  INGLÉS  PORTUGUÉS 
	GUÍA ENOTURÍSTICO	>	HAB, TRANS  INGLÉS; PORTUGUÉS; FRANCÉS; RUSO; CHINO; JAPONÉS 

Cada una de las Acciones Formativas presentadas en los siguientes Itinerarios tiene su propio reconocimiento de nivel de cualificación.

Por ello, para conseguir, o bien alguno de los certificados disponibles en el Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, o bien una Titulación Universitaria, no resulta obligatoria la realización de todas las acciones formativas que se presentan en los siguientes Itinerarios.

Los contenidos de cada una de las habilidades transversales propuestas para cada perfil, serán los establecidos en el **Catálogo de Competencias Transversales para la Empleabilidad**³ del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales.

³ <http://www.chilevalora.cl/wp-content/uploads/2016/06/Catologo-de-Competencias.pdf>



8.5/ PLANES FORMATIVOS

8.5.1/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL

El Plan Formativo para **Agente de Desarrollo Local** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
AGENTE DE DESARROLLO LOCAL					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					4
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		MARKETING ESTRATÉGICO TERRITORIAL			
ACCIÓN 1	Especialización en ámbitos de descentralización y desarrollo económico local y regional	ENTIDAD	Varias Entidades Universitarias	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE DESCENTRALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL					
MÓDULOS FORMATIVOS					
Desafíos del desarrollo económico local					
Políticas Públicas Territoriales					
Desarrollo Regional y Local					

8.5.2/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE **CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO**

El **Plan Formativo para Gestor de Empresa Enoturística** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE EMPRESA ENOTURÍSTICA					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					3
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS	ENTIDAD	MINISTERIO DE TURISMO DE ARGENTINA	HORAS	1000
ACCIÓN 3	DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO	ENTIDAD	INACAP	HORAS	100
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas					
~ Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa					
ACCIÓN 2: DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Itinerario Especialista en Guía de Enoturismo (PARTE 1)					
~ Itinerario Especialista en Enoturismo (COMPLETO).					
~ Itinerario Especialista en Gestor de Destinos y Dirección de empresas de enoturismo					
ACCIÓN 3: DIPLOMADO ENOTURISMO Y RUTAS DEL VINO					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ 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					

El **Plan Formativo para Gestor de Marketing Enoturístico** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE MARKETING ENOTURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					2
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	Especialización en ámbitos de marketing, marketing digital e e-commerce	ENTIDAD	Varias Entidades Universitarias	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 2	Diplomado en cultura, producción, elaboración, comercialización y degustación del vino	ENTIDAD	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	HORAS	100
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN ÁMBITOS DE MARKETING, MARKETING DIGITAL E e-COMMERCE					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Marketing digital					
~ Motores de búsqueda e inversión en medios digitales					
~ Social Media y Marketing de contenido					
ACCIÓN 2: DIPLOMADO EN CULTURA, PRODUCCIÓN, ELABORACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DEGUSTACIÓN DEL VINO					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Ecosistema vitícola y producción de vinos					
~ Comercialización, marketing y legislación del vino					
~ Evaluación sensorial y maridaje del vino					

El **Plan Formativo para Gestor de Redes Sociales para el Enoturismo** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE REDES SOCIALES PARA EL ENOTURISMO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					2
SECTOR	ENOTURISMO				
PROCESO CLAVE	CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO				
ACCIÓN 1	ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES	ENTIDAD	SENCE	HORAS	150
ACCIÓN 1: ACTIVIDADES DE ASISTENCIA EN REDES SOCIALES					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-7463_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Gestionar y administrar cuentas corporativas, contenidos de la empresa y su relación con el cliente en plataformas informáticas de redes sociales de acuerdo a las estrategias de la organización y protocolos de atención al cliente					
MÓDULOS FORMATIVOS					
Fundamentos de la comunicación digital y las redes sociales					
Administración de cuentas corporativas y edición de contenido web					
Usabilidad web y comunidades online					
Marketing y medios en las redes sociales					

El **Plan Formativo para Agente de Viajes** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
AGENTE DE VIAJES					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					1
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		CONTRATACIÓN DEL VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES	ENTIDAD	SENCE	HORAS	150
ACCIÓN 1: SERVICIO DE AGENTE DE VIAJES					
ENTIDAD					
SENCE					
ENLACE CON CONTENIDOS COMPLETOS					
http://www.sence.cl/601/articles-6233_archivo_01.pdf					
COMPETENCIAS					
Realizar programa de viajes de acuerdo a las necesidades del cliente y a la disponibilidad de operadores turísticos siguiendo procedimientos de la empresa y normativa legal vigente.					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Gestión de una agencia de viaje minorista					
~ Planificación y venta de viaje y servicios turísticos					
~ Servicio de post-venta y gestión de clientes.					

8.5.3/ PLANES FORMATIVOS PARA EL PROCESO DE VIAJE ENOTURÍSTICO

El **Plan Formativo para Gestor de Empresa de Transporte Turístico** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					3
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	195
ACCIÓN 2	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 1: TRANSPORTE TURÍSTICO DE PASAJEROS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Planificación y preparación de itinerario turístico					
~ Recepción y atención de pasajeros turístico					
~ Prevención de riesgos y manejo de emergencias en actividades turísticas					
~ Inglés para servicios de información y guía turística					
ACCIÓN 2: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas					
~ Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa					

El **Plan Formativo para Gestor de Hotel** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
GESTOR DE HOTEL					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					3
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS	ENTIDAD	INACAP	HORAS	360
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas					
~ Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa					
ACCIÓN 2: TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN HOTELERÍA Y SERVICIOS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Procesos Operacionales de Servicios de Alojamiento y Alimentos & Bebidas					
~ Gestión Administrativa de Servicios de Alojamiento y Alimentos & Bebidas					

El **Plan Formativo para Mucama** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
MUCAMA					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					2
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	MUCAMA	ENTIDAD	SENCE	HORAS	200
ACCIÓN 1: MUCAMA					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Limpieza, mantenimiento y ornato de baños, habitaciones y áreas comunes en establecimientos de alojamiento					
~ Atención al cliente y prestación de servicios en habitación					
~ Inglés para la ocupación de mucama					

El **Plan Formativo para Chef** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
CHEF					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					4
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	ENTIDAD	SENCE	HORAS	180
ACCIÓN 2	GASTRONOMÍA INTERNACIONAL		INACAP		1817
ACCIÓN 1: GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Planificación estratégica en micro y pequeñas empresas					
~ Gestión de los procesos operativos de micro y pequeñas empresa					
ACCIÓN 2: GASTRONOMÍA INTERNACIONAL					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Gastronomía Internacional					

El **Plan Formativo para Cocinero Nacional e Internacional** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
COCINERO NACIONAL E INTERNACIONAL					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					3
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL	ENTIDAD	SENCE	HORAS	240
ACCIÓN 1: COCINA NACIONAL E INTERNACIONAL					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Higiene, seguridad y prevención de riesgos en producción gastronómica					
~ Aprovisionamiento, almacenaje y control de materia primas procesadas y sin procesar, para producciones gastronómicas					
~ Técnicas culinarias para producciones gastronómicas					
~ Cocina nacional					
~ Cocina internacional					

El **Plan Formativo para Sumiller** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado.



PLAN FORMATIVO					
SUMILLER				NIVEL DE CUALIFICACIÓN	
				3	
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	Especialización en sumillería	ENTIDAD	Varios Centros Educativos	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 2	Operación de procesos de tratamientos de vinos	ENTIDAD	SENCE	HORAS	Dependiendo programa
ACCIÓN 1: ESPECIALIZACIÓN EN SUMILLERÍA					
MÓDULOS FORMATIVOS					
~ Gestionar la bodega					
~ Diseñar maridajes					
~ Ofrecer vinos al turista y al comensal					
ACCIÓN 2: OPERACIÓN DE PROCESOS DE TRATAMIENTOS DE VINOS					
MÓDULOS FORMATIVOS					
Operación de equipos de mezclado de vino					
Operación de equipos de clarificación y estabilización de vinos					
Operación de equipos de filtrado de vino					

El **Plan Formativo para Guía Enoturístico** incluye los siguientes Módulos Formativos, que están potencialmente disponibles entre la oferta formativa existente en la actualidad en el mercado. Cabe destacar que se observa una falencia de oferta formativa en el campo de Guía de Turismo y de Guía de Enoturismo. A continuación, se presentan los grados con potencial de estar relacionados con las actividades de este perfil ocupacional.



PLAN FORMATIVO					
GUÍA ENOTURÍSTICO					NIVEL DE CUALIFICACIÓN
					4
SECTOR		ENOTURISMO			
PROCESO CLAVE		VIAJE ENOTURÍSTICO			
ACCIÓN 1	TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE	ENTIDAD	INSTITUTO PROFESIONAL LOS LEONES	HORAS	
ACCIÓN 2	ESPECIALISTA EN ENOTURISMO	ENTIDAD	WINE INSTITUTE	HORAS	
ACCIÓN 1: TÉCNICO DE NIVEL SUPERIOR EN TURISMO SUSTENTABLE					
MÓDULOS FORMATIVOS					
Introducción al Turismo					
Servicios Turísticos de Calidad					
Operadores e Intermediarios Turísticos					
Turismo de Intereses Especiales					
ACCIÓN 2: ESPECIALISTA EN ENOTURISMO					
MÓDULOS FORMATIVOS					
HISTORIA Y CULTURA DEL VINO					
GEOGRAFÍA DEL VINO					
VITICULTURA Y ENOLOGÍA					
EL VINO: TIPOS, ESTILOS Y CATA					
EL VINO COMO RECURSO TURÍSTICO					
SERVICIOS AL TURISTA					



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

- » 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.
- » Se demandan **Guías turísticos** para mejorar la calidad de los servicios enoturísticos del valle. También un perfil laboral de **“Gestor de negocios enoturísticos”** multidisciplinares para mejorar la capacidad de gestión de las líneas de negocio enoturístico.
- » 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.









ANEXO 19/ CUESTIONARIOS DE LA HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO EN SOPORTE WEB PARA LA REALIZACIÓN DE DIAGNÓSTICOS

4. ¿Qué nuevos negocios concretos le interesa realizar en cooperación (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Crear enotours nuevos con otras viñas	<input type="radio"/>				
Crear servicios conjuntos de enotour+alojamiento	<input type="radio"/>				
Crear servicios conjuntos de enotour+gastronomía	<input type="radio"/>				
Crear servicios conjuntos de enotour+gastronomía+alojamiento	<input type="radio"/>				
Crear servicios conjuntos de enotour+actividades deportivas y de ocio (decir cual: golf, sky, equitación, bicicleta, trekking,...)	<input type="radio"/>				
Acudir a ferias enoturísticas internacionales en asociatividad	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

5. ¿Qué infraestructuras y equipamientos de interés común le interesa que sean desarrolladas (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Señalética	<input type="radio"/>				
Habilitación de espacios públicos de encuentro (Plazas públicas)	<input type="radio"/>				
Zonas de descanso en las carreteras y accesos	<input type="radio"/>				
Centros de interpretación vinícola del valle	<input type="radio"/>				
Mapas ubicando puntos de interés	<input type="radio"/>				
Arreglo de calles y accesos	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

6. ¿Qué herramientas tecnológicas de venta le interesa desarrollar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo, que incorpore también a los restaurantes, hoteles y centros deportivo-culturales	<input type="radio"/>				
Una plataforma on-line de contratación de servicios y viajes enoturísticos del Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Un servicio común de análisis de datos del movimiento de los turistas (big-data)	<input type="radio"/>				
Una plataforma común de redes sociales para la fidelización de visitantes	<input type="radio"/>				

7. ¿Qué actividades de capacitación le interesa realizar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Un Programa de itinerarios de Capacitación específico para el enoturismo del Valle	<input type="radio"/>				
Cursos de estrategia y gestión empresarial enoturística	<input type="radio"/>				
Cursos de marketing on-line	<input type="radio"/>				
Cursos de gestores de redes sociales	<input type="radio"/>				
Cursos de guías enoturísticos	<input type="radio"/>				
Cursos de desarrollo económico local	<input type="radio"/>				
Sesiones de asesoramiento para la gestión del negocio enoturístico	<input type="radio"/>				
Sesiones de asesoramiento para la asociatividad	<input type="radio"/>				

8. ¿Con quién le interesa cooperar (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Con otras viñas del Valle del Maipo (identificar cuáles. Maria ¿puedes hacer un desplegable con todas las de la base que estamos manejando para las citas actuales, please?)	<input type="radio"/>				
Con restaurantes (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con hoteles y alojamientos (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con empresas de entretenimiento, excursiones y actividades culturales (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con tour operadores (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con hoteles para atraer a sus turistas alojados (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con las municipalidades (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con centros formativos (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

9. ¿En qué fechas del año le interesa la realización de actividades de asociatividad?

Giras tecnológicas

Cursos

Sesiones de asesoramiento

Mesas de trabajo entre las viñas y los agentes del entorno

10. Cuales son las dificultades para la asociatividad?

- no percibo su rentabilidad
- no quiero asociatividad con la competencia
- falta de recursos financieros
- falta de capital humano
- dificultad para organizarlo

PLAN DE ASOCIATIVIDAD

1. Nombre de la persona entrevistada

2. Organización

3. Realiza alguna actividad de asociatividad? Cuales? Con quien?

4. Valore su interés en cooperar (valorar de 1 a 5)

1

2

3

4

5

5. ¿Qué objetivos le interesan para la asociatividad (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Definir un concepto de destino enoturístico para el Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Desarrollar nuevos negocios en cooperación	<input type="radio"/>				
Invertir en infraestructuras y equipamientos de interés común	<input type="radio"/>				
Crear plataformas on-line para difundir el destino Valle del Maipo y atraer enoturistas	<input type="radio"/>				
Capacitar a capital humano	<input type="radio"/>				

Otro (especifique)

6. ¿Qué actividades concretas le interesa realizar en cooperación (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Crear la marca del destino enoturístico del Valle	<input type="radio"/>				
Promoción nacional de Enoturismo Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Promoción internacional de Enoturismo Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Crear nuevos productos y servicios enoturísticos conjuntos en asociatividad	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

7. ¿Qué infraestructuras y equipamientos de interés común le interesa que sean desarrolladas (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Señalética	<input type="radio"/>				
Habilitación de espacios públicos de encuentro (Plazas públicas)	<input type="radio"/>				
Zonas de descanso en las carreteras y accesos	<input type="radio"/>				
Centros de interpretación vinícola del valle	<input type="radio"/>				
Mapas ubicando puntos de interés	<input type="radio"/>				
Arreglo de calles y accesos	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

8. ¿Qué herramientas tecnológicas de venta le interesa desarrollar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Una página web de todas las viñas del Valle del Maipo, que incorpore también a los restaurantes, hoteles y centros deportivo-culturales	<input type="radio"/>				
Una plataforma on-line de contratación de servicios y viajes enoturísticos del Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Un servicio común de análisis de datos del movimiento de los turistas (big-data)	<input type="radio"/>				
Una plataforma común de redes sociales para la fidelización de visitantes	<input type="radio"/>				

Otro (especifique)

9. ¿Qué actividades de capacitación le interesa realizar en asociatividad (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Un Programa de itinerarios de Capacitación específico para el enoturismo del Valle	<input type="radio"/>				
Cursos de estrategia y gestión empresarial enoturística	<input type="radio"/>				
Cursos de marketing on-line	<input type="radio"/>				
Cursos de gestores de redes sociales	<input type="radio"/>				
Cursos de guías enoturísticos	<input type="radio"/>				
Cursos de desarrollo económico local	<input type="radio"/>				
Sesiones de asesoramiento para la gestión del negocio enoturístico	<input type="radio"/>				
Sesiones de asesoramiento para la asociatividad	<input type="radio"/>				

Otro (especifique)

10. ¿Con quién le interesa cooperar (valorar de 1 a 5)?

	1	2	3	4	5
Con otras viñas del Valle del Maipo	<input type="radio"/>				
Con restaurantes (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con hoteles y alojamientos (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con empresas de entretenimiento, excursiones y actividades culturales (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con tour operadores (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con hoteles para atraer a sus turistas alojados (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con las municipalidades (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				
Con centros formativos (identificar cuáles)	<input type="radio"/>				

Otros ¿cuales?

11. ¿Qué dificultades encuentra para la asociatividad? (Valorar del 1 al 5)

	1	2	3	4	5
No percibo su rentabilidad	<input type="radio"/>				
No quiero asociatividad con la competencia	<input type="radio"/>				
Carencia de una estrategia común	<input type="radio"/>				
Carencia de actividades concretas para poner en marcha	<input type="radio"/>				
Carencia de recursos financieros	<input type="radio"/>				
Carencia de capital humano cualificado para la asociatividad	<input type="radio"/>				

Otro (especifique)