

**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



Fuente: elaboración de Infyde.

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.

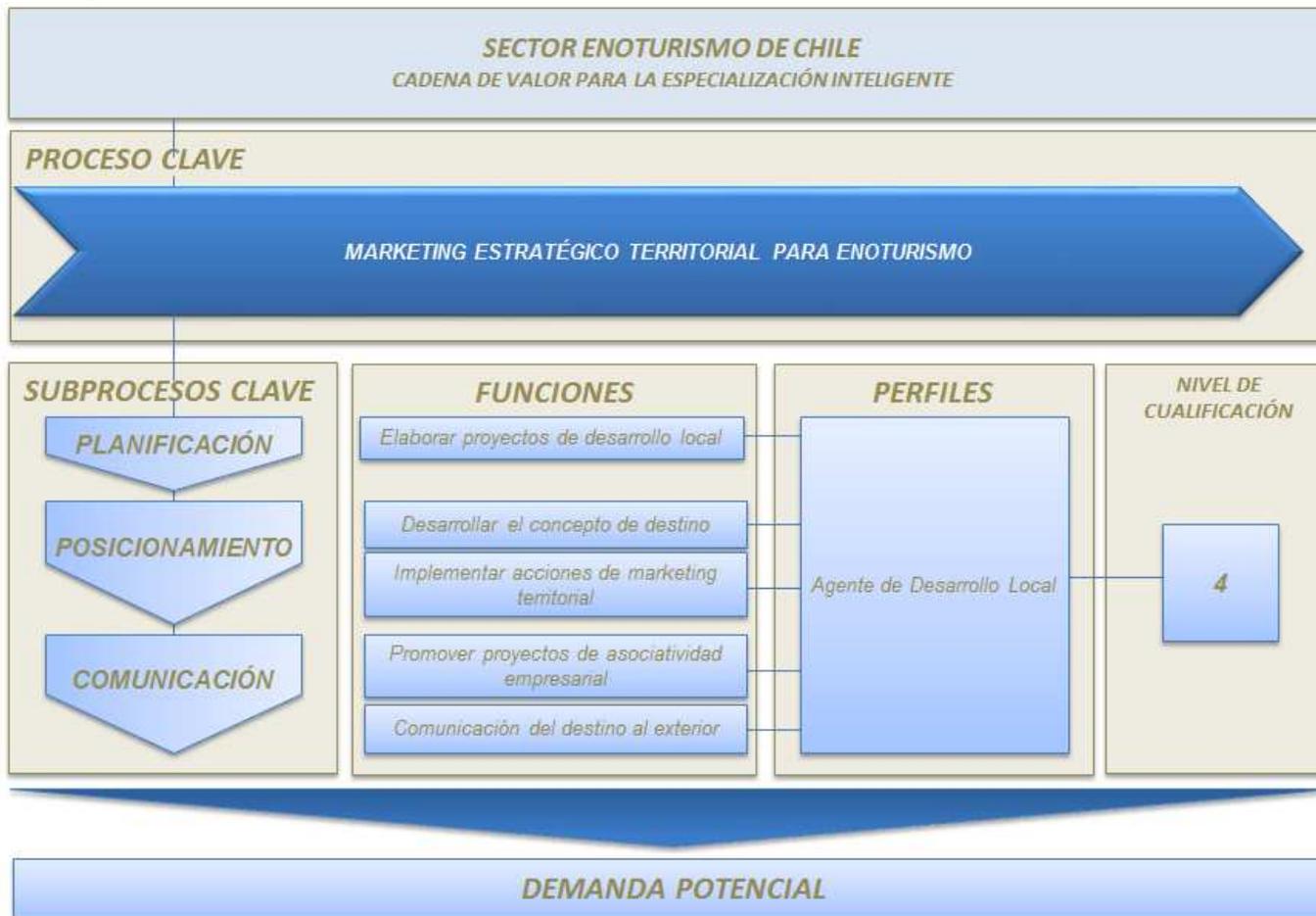
También se debe impulsar una comunicación interna entre las empresas, los agentes y la sociedad local para *articular una asociatividad* que permita y facilite la venta del destino en los segmentos del mercado turístico adecuados.

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.

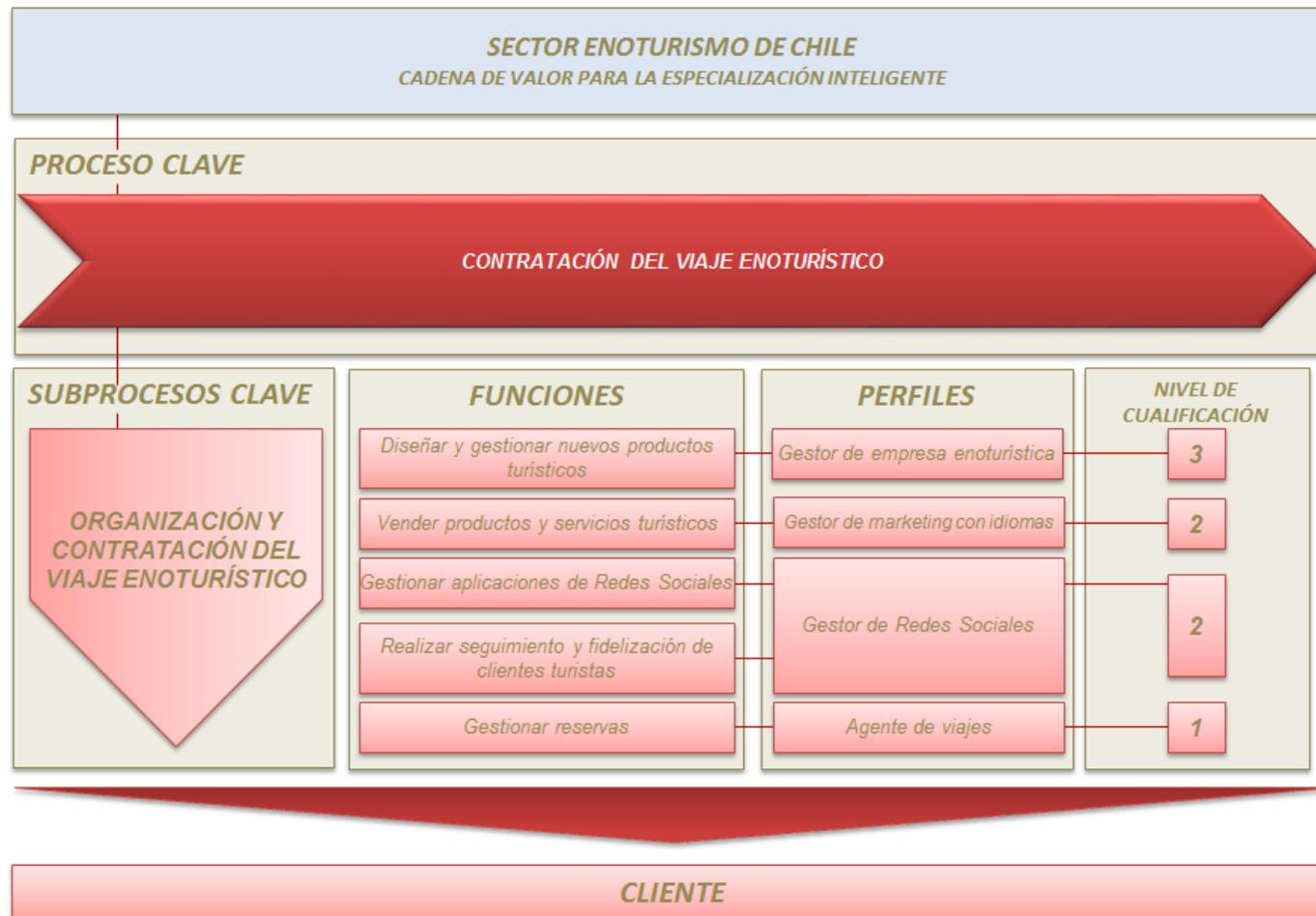
Así, se tiende a considerar que el capital humano que trabaja en el valle en el sector enoturístico, ha de desarrollar las competencias necesarias y adecuadas para diseñar estos nuevos productos y servicios de turismo del vino, poner en marcha las estrategias de venta de estos productos y servicios turísticos 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.

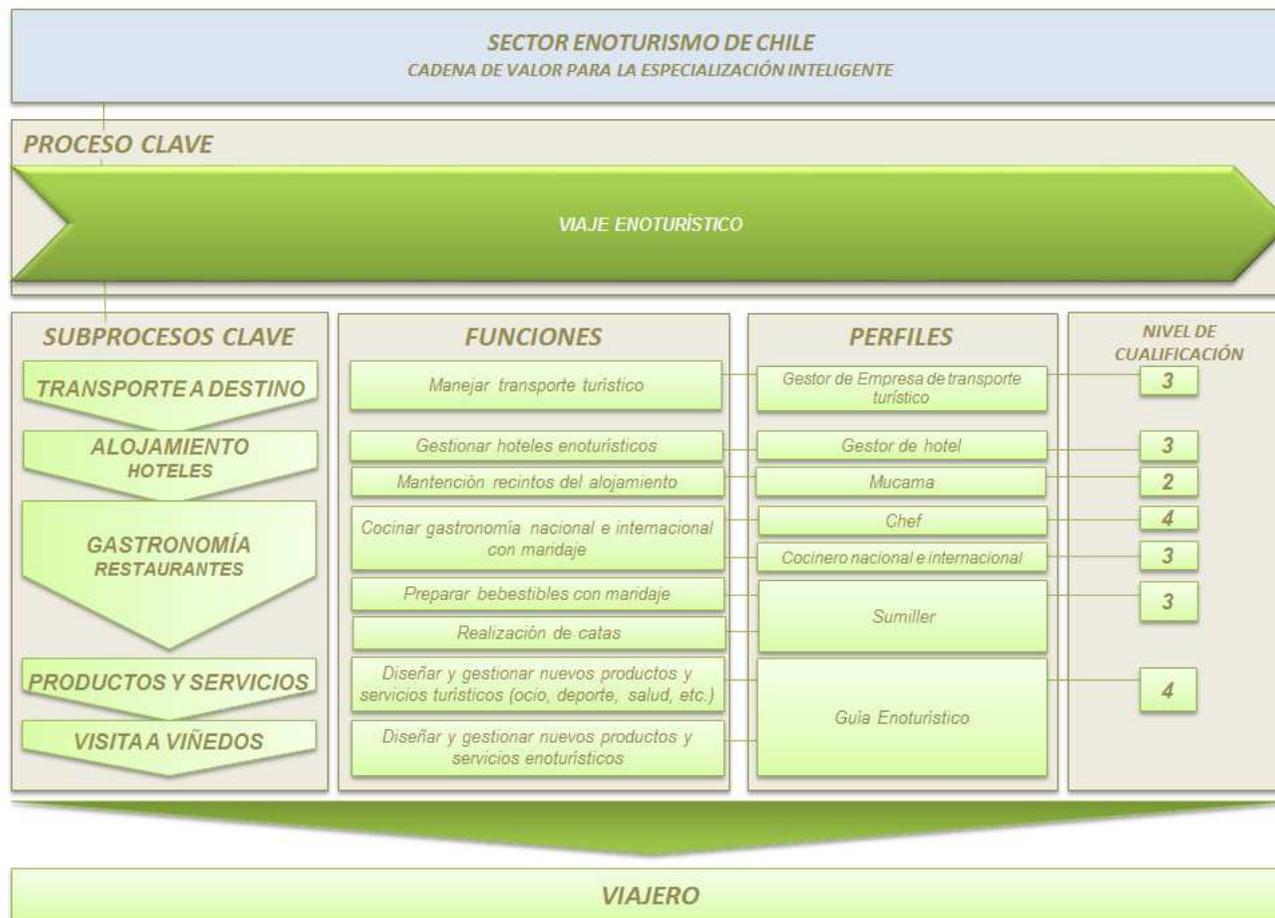
Así, se ha observado que el turista tiende a demandar una *experiencia* en la que tenga la oportunidad de probar diferentes vinos de la zona, no solo mediante catas en los tours organizados por los viñedos, sino también disfrutando de los maridajes entre vinos locales y gastronomía que los hoteles y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

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 multidisciplinares 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.

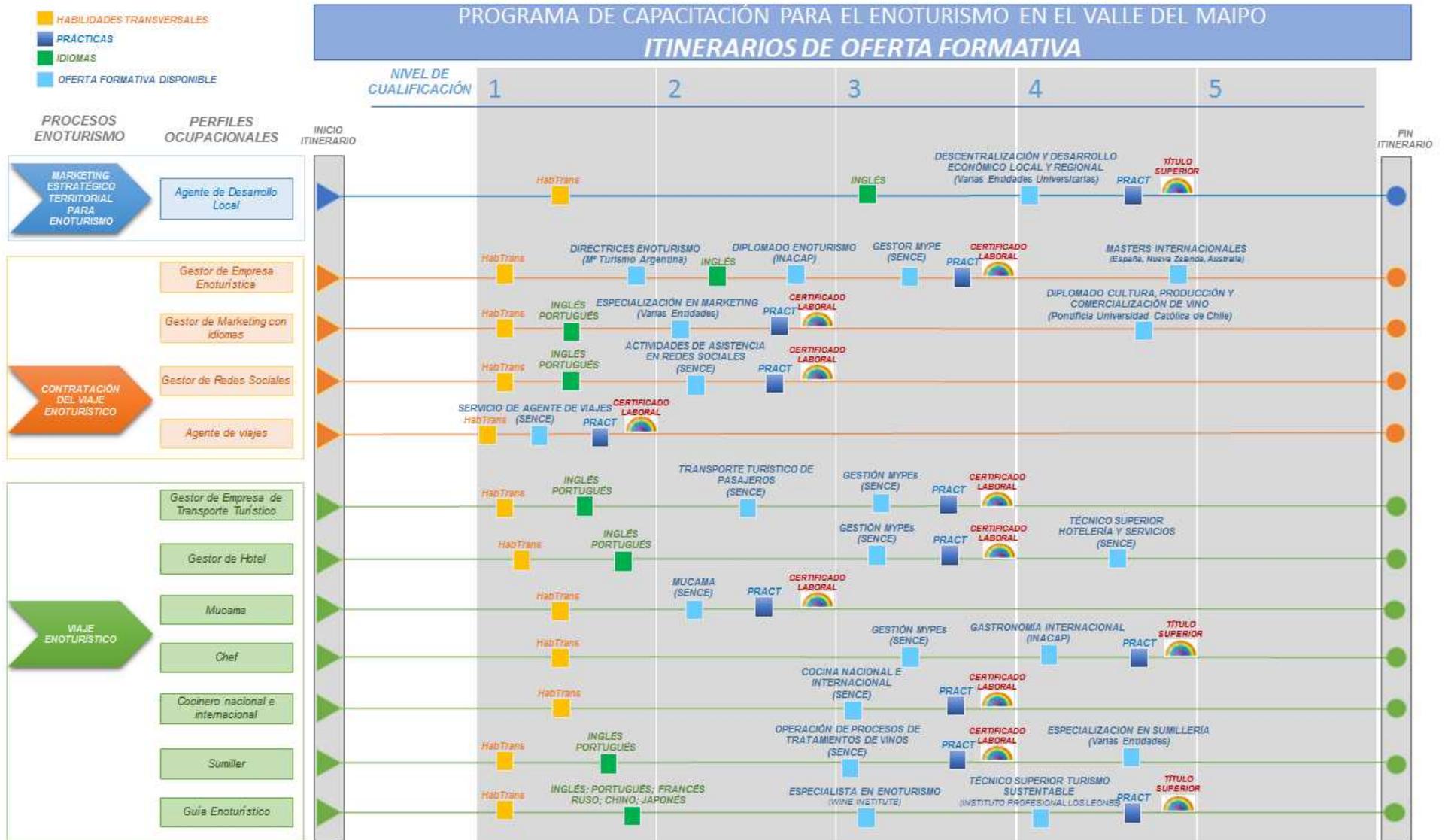
Adicionalmente, los *Módulos Formativos de habilidades transversales* que se presentan a continuación en el itinerario de cada Perfil Ocupacional, son los establecidos en las fichas de los Planes Formativos de cada perfil presentadas en el siguiente capítulo de este Informe.

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
					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					
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 EN ENOTURISMO	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		
<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>		
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*.

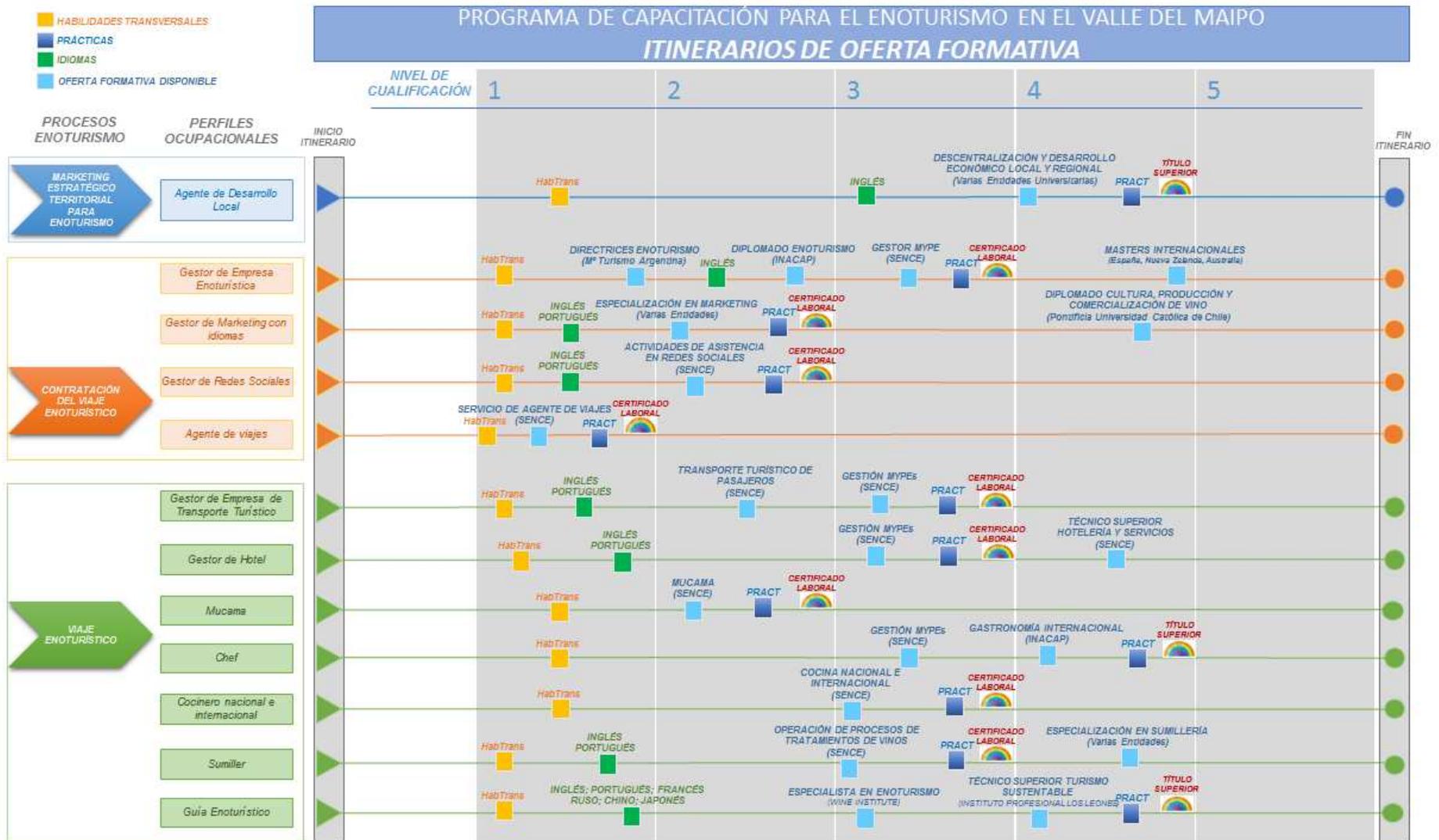
Una vez elaborados estos Itinerarios Formativos, se observan *brechas* entre la oferta existente y los conocimientos que las empresas del sector enoturístico tienden a demandar de cada perfil ocupacional. Estas brechas están centradas esencialmente en el ámbito de la especialización específica en el 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
	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

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

	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de atención de público 	5	emprendedores locales - transversalidad; Principalmente orientado a los servicios turísticos; Presentación de estrategias para escenario diferentes
	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de atención al cliente 	5	
ALTO NIVEL DE SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> Informador turístico 	7	
	<ul style="list-style-type: none"> Agente de viajes 	6	
	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas en comercio exterior 	3	
	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de técnicas de liderazgo y empoderamiento 	4	
	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas para el servicio de excelencia al cliente 	8	
EMPATÍA	<ul style="list-style-type: none"> - 	4	Jornadas de trabajo, con cada empresa, conciencia turística en lugar de trabajo; diseño experiencias
ENOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> Operador de vinificación 	3	
	<ul style="list-style-type: none"> Operario de manejo de viñedos 	4	
	<ul style="list-style-type: none"> 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; Diplomados, con jornadas presenciales, impartidos en universidades/institutos	
		• Vendedor en tiendas por departamento	2		
	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; Revenue Management;
• Vendedor en tiendas por departamento		2			

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	
--	---	---	---	--

Programa de Capacitación

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