



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ENOTURISMO

Código: HOT_744_3

NIVEL: 3



Argumentario de ventas: herramienta que permite al vendedor comunicar, dar a conocer las características, ventajas y beneficios de los productos o servicios que quiere vender.

Características organolépticas: todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, como por ejemplo su sabor, textura, olor, color o temperatura.

Catador: persona que se dedica a probar o catar un alimento o una bebida para informar de su calidad y de sus propiedades.

Coyuntura: combinación de factores y circunstancias que caracterizan una situación en un momento determinado.

Cross-selling: venta relacionada de productos o servicios complementarios basados en los intereses del cliente en uno de los productos de su empresa, o bien en la compra de uno de estos.

E-commerce: método de compraventa de bienes, productos o servicios valiéndose de internet como medio, es decir, comerciar de manera online.

Empatía: capacidad de percibir en los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar, es decir, como un individuo similar con mente propia.

E-newsletter: publicación digital más bien informativa que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral).

Enoturismo: tipo de turismo enfocado en las zonas de producción vinícolas. Se relaciona con el turismo gastronómico, y con el turismo cultural dependiendo del carácter histórico o artístico de la industria vinícola en la zona como patrimonio industrial.

Escandallo: en el régimen de precios fijos, determinación del precio de coste o de venta de una mercancía con relación a los factores que lo integran.

Escupidera: recipiente utilizado por los catadores para escupir el vino después de la cata.

Experiencia inmersiva: experiencias que estimulan los sentidos del público, los transportan a otro lugar. Estas “inmersiones” mejoran las experiencias, haciendo que

estas sean más realistas y presentando a la marca de una manera mucho más atractiva e interesante.

Ficha de cata: instrumento fundamental para el catador a la hora de valorar y describir un vino. Aporta criterios de objetividad a un ejercicio como la cata y eventual calificación de un vino, que tiene una enorme carga de subjetividad.

Hipoxia: estado de deficiencia de oxígeno en la sangre.

Networking: actividad socioeconómica en la que profesionales y emprendedores se reúnen o contactan para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes potenciales.

Patrimonio histórico: conjunto de bienes que, a lo largo del tiempo, una nación ha venido acumulando, y que, debido a su gran valor artístico, científico, arqueológico, etc., goza de una protección especial por parte de la legislación de un país.

Proxémica: uso que se hace del espacio personal, es decir, el espacio que rodea nuestro cuerpo.

Psicosocial: refiere a la conducta humana y su inserción en la sociedad, el accionar individual analizado desde los aspectos sociales. El ser humano y su comportamiento en un contexto social es objeto de estudio de la psicología individual y de la sociología.

Retroalimentación: método de control de sistemas, a través del cual, los resultados derivados de una actividad se reintroducen de nuevo en el sistema con el objetivo de mantener un control y una optimización de su comportamiento.

Shock hipovolémico: afección de emergencia en la cual la pérdida grave de sangre o de otro líquido hace que el corazón sea incapaz de bombear suficiente sangre al cuerpo.

Sumiller: experto en catar vinos, licores, digestivos y aperitivos; sugiere a la clientela de los grandes restaurantes el vino apropiado para la ocasión y aconseja a los encargados de los restaurantes sobre elección de bebidas alcohólicas para elaborar la carta.

Triaje: método de selección y clasificación de pacientes empleado en la enfermería y la medicina de emergencias y desastres.

Upselling: técnica de marketing para mejorar las ventas que consiste en inducir a un cliente a comprar un producto de mayor valor que aquel que tenía pensado adquirir.



Vitícola: del cultivo de la vid o relacionado con él.

Viticultura: es el arte y ciencia del cultivo de la vid, para usar sus uvas en la producción de vino o de otros productos.