

Estándar de competencias profesionales

Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas

Familia Profesional	Hostelería y Turismo
Nivel	3
Código	ECP2482_3
Estado	BOE
Publicación	RD 45/2022

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Determinar el escenario en el que se desarrolla la actividad de enoturismo, logrando la explotación de los recursos culturales, patrimoniales, sociales, vitícolas y de la propia bodega y/o empresa organizadora para contextualizar el análisis de actividad a generar, incluyendo aspectos de turismo sostenible.

IC1.1 El entorno de la bodega se determina, con el fin de identificar el entorno de actuación, desde perspectivas de:

- Accesibilidad y comunicación.
- Recursos complementarios.
- Singularidad de la producción propia y zona vinícola en la que se encuentra.
- Recursos naturales.
- Recursos turísticos.
- Recursos monumentales, entre otros.

IC1.2 Los productos de venta en la vinoteca (como vino y derivados cosméticos, alimentos, libros, entre otros, se determinan, construyendo afinidad y relación entre la bodega y/o empresa organizadora, entorno y demandas del turista.

IC1.3 La oferta vitivinícola y enoturística del entorno se determina, creando una oferta diferenciada y complementaria con el fin de construir un destino atractivo y que constituya un recurso singular en base a:

- Arquitectura propia de la bodega y/o empresa organizadora.
- Instalaciones propias de la bodega y/o empresa organizadora.
- Tradición de la bodega y/o empresa organizadora.
- Historia, entre otros.

IC1.4 La elección de itinerarios, tipos de productos y experiencias enoturísticas, contenidos, recursos expositivos, entre otros se determinan, comprobando los parámetros de fidelización de la cultura corporativa de la bodega y/o empresa organizadora.

IC1.5 Los objetivos cualitativos y cuantitativos de la bodega y/o empresa organizadora de productos y experiencias enoturísticas se determinan, planteando actuaciones anuales y sistemas de control, con el fin de gestionar el cumplimiento de los mismos, integrando los objetivos de sostenibilidad y beneficio de la sociedad local.

IC1.6 El grado de adaptación de los servicios previstos a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, y a las características del entorno se analiza, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar la experiencia enoturística.

EC2 Definir el catálogo de productos y experiencias enoturísticas, para agencias de viajes generalistas, operadores especializados o sus propios turistas de modo que resulten atractivos y susceptibles de comercialización.

IC2.1 El catálogo de productos y experiencias enoturísticas se diseña, teniendo en cuenta los análisis previos de los recursos del entorno y de la propia bodega y/o empresa organizadora para que la imagen, calidad y sostenibilidad de la marca prevalezca sobre los objetivos económicos.

IC2.2 El perfil del turista se analiza, diseñando el producto o experiencia enoturística según demanda y/o necesidad, con el fin de cumplir con sus expectativas y las de la bodega y/o empresa organizadora.

IC2.3 Los recursos identificados en el escenario en el que se desarrolla la actividad de enoturismo, se agrupan previa categorización, configurando tipos de productos y experiencias, en base a los segmentos de turistas identificados y su demanda.

IC2.4 Las tarifas de los servicios y experiencias enoturísticas se establecen, en función de:

- Política de precios de la bodega y/o empresa organizadora.
- Análisis de costes.

- Oferta de la competencia.
- Disposición al pago de los turistas a los que se dirige la oferta.

IC2.5 Los componentes de la oferta de productos y experiencias enoturísticas y el marco de actuación se definen, especialmente, en lo relativo a:

- Espacio físico y recorrido del itinerario enoturístico.
- Recursos humanos.
- Recursos físicos necesarios.
- Los posibles impactos de los clientes sobre el medio y la capacidad de acogida ecológica y psicosocial.
- Apoyos de marketing y escandallo de costes.
- Listado de proveedores de bienes auxiliares
- La infraestructura, como accesos, abastecimientos, transportes, alojamientos, servicios de restauración, entre otros.
- Guiones, contenidos y argumentarios.
- Adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.

IC2.6 Los documentos de apoyo como fichas de ejecución y fichas de evaluación, entre otros, se diseñan, asegurando el desarrollo de la actividad y valoración posterior.

EC3 Seleccionar los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas, potenciando la imagen de bodega y/o empresa organizadora, para asegurar el disfrute y retorno de turistas, adquisición de productos y cumplimiento de los objetivos financieros fijados por la empresa.

IC3.1 El listado de canales se selecciona en función de tipo de producto o experiencia enoturística, valorando la relación entre canal de distribución, y turista objetivo.

IC3.2 El producto o la experiencia enoturística se adapta al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado, para garantizar el cumplimiento del objetivo de la bodega y/o empresa organizadora.

IC3.3 El diseño del producto o experiencia enoturística se ajusta a los valores e imagen de marca de la bodega y/o empresa organizadora, asegurando la coherencia de la proyección empresarial y la comunicación estratégica como marca.

IC3.4 El retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega y/o empresa organizadora, se monitoriza/monetiza, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados, con objeto de conseguir el cumplimiento de objetivos de la empresa organizadora.

IC3.5 Los resultados obtenidos de divulgación, monitorización y monetización se recogen, utilizando métodos estandarizados, como fichas de evaluación, entre otros, para evaluar sistemáticamente los resultados del canal elegido y ver el impacto ante futuras acciones de promoción y/o comunicación.

IC3.6 Los métodos estandarizados de los resultados obtenidos de divulgación, monitorización y monetización se incluyen en las memorias anuales de distribución, comercialización y comunicación de la empresa enoturística, siendo referente para planificaciones estratégicas.

EC4 Desarrollar la logística de recepción de turistas que van a ser objeto de disfrute de productos y experiencias enoturísticas, estableciendo los parámetros de la actividad ofertada por la empresa organizadora, para asegurar el objetivo y expectativa de ambos.

IC4.1 La agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas se organiza en función de la oferta que bodega y/o empresa organizadora ha desarrollado, teniendo en cuenta que se cumplan los objetivos y la satisfacción del turista.

IC4.2 Las instalaciones de bodega y el entorno donde se desarrolla la experiencia enoturística se comprueban, de manera que permitan la realización de las actividades ofertadas y su cumplimiento.

IC4.3 El personal necesario para el cumplimiento de los horarios y visitas enoturísticas ofertadas se gestiona, de manera que se alcancen los objetivos de satisfacción y seguridad de los turistas.

IC4.4 El material de apoyo necesario para la realización de las visitas enoturísticas, como folletos informativos, fichas de vinos, entre otros, se evalúa, comprobando que en el momento de la visita existan recursos para el desarrollo de la misma.

IC4.5 La cata, como elemento de la experiencia enoturística se prepara, comprobando que los soportes físicos que intervienen en la misma, favorezcan el disfrute de la misma:

- Botellas de vino, licores, destilados, entre otros.
- Variedades de copas.
- Panes especiales de cata.
- Escupideras.
- Agua.
- Mantel de cata.
- Fichas de cata, entre otros.

IC4.6 Los espacios y propuestas de venta susceptibles de ser incluidos en la experiencia enoturística se revisan, comprobando que stocks de productos a ofertar para satisfacer las necesidades del turista y visitante en dichos puntos.

IC4.7 Las adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, se revisan, verificando su idoneidad, para que puedan mejorar la experiencia enoturística.

EC5 Recibir a turistas que van a ser objeto de disfrute de productos y experiencias enoturísticas, estableciendo los parámetros de la actividad ofertada por la bodega y/o empresa organizadora, para asegurar el objetivo y expectativa de ambos.

IC5.1 Los turistas se reciben en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual.

IC5.2 El programa de la visita y experiencia enoturística contratada se corrobora con los turistas, comprobando que la información y cumplimiento de la misma corresponde al producto contratado.

IC5.3 Los protocolos de actuación que se ejecutarán durante la visita, se exponen durante la recepción del turista y visitante a la bodega, de manera que el objetivo de seguridad y disfrute lúdico se cumpla.

IC5.4 El itinerario y las actividades a desarrollar durante la experiencia enoturística se adaptan a los turistas, en caso de situaciones de adaptaciones de función de movilidad, sus preferencias y expectativas, comunicando los cambios que no se hayan hecho previamente.

IC5.5 El pago de la actividad se comprueba, según características y formas de pago del servicio ofertado.

IC5.6 El nivel de conocimiento de la actividad que se va a desarrollar, así como las aptitudes de cada turista y visitante se evalúa, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora.

IC5.7 Las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega, como degustaciones, compras, entre otras, se transmiten, aconsejando e informando sobre las mismas, en función del perfil y preferencias del turista, de manera que el disfrute lúdico esté asegurado.

EC6 Iniciar la experiencia de disfrute de productos y experiencias enoturísticos de una manera clara, eficaz e inmersiva, asegurando la calidad e integridad del entorno y el disfrute lúdico del turista.

IC6.1 El desarrollo de la experiencia enoturística se asegura, comprobando el cumplimiento del programa ofertado para alcanzar la satisfacción tanto del turista como de la empresa organizadora.

IC6.2 La comunicación con el turista se establece de forma que sea eficaz, clara e inmersiva, ayudándose de material de apoyo para que el disfrute de la experiencia y la adecuación de los parámetros diseñados por la bodega y/o empresa organizadora, se cumplan.

IC6.3 Los elementos de la experiencia enoturística como viticultura y vinificación, espacio natural, patrimonio histórico y todo aquello que engloben las experiencias diseñadas y que se han de desarrollar, entre otras se incorporan en el programa, considerando los intereses de turistas.

IC6.4 La información facilitada por bodega y/o empresa organizadora se incorpora en la experiencia enoturística, teniendo en cuenta la especificidad de la misma, a fin de ofrecer una visión de su identidad para un cumplimiento de los objetivos fijados, que devengarán en la satisfacción de los turistas.

IC6.5 Los vinos, licores, destilados, entre otros, se catan, según las condiciones de servicio como temperatura, humedad, entre otros y discurso del programa contratado, asegurando la presencia del material físico necesario para el desarrollo del mismo:

- Botellas de vino, licores, destilados, entre otros.
- Variedades de copas.
- Panes especiales de cata.
- Escupideras.
- Agua.
- Manteles de cata.
- Fichas de cata, entre otros.

IC6.6 El disfrute de la cata se asegura, incorporando material e información acorde al perfil del turista, elemento a catar y parámetros de calidad de la bodega y/o empresa organizadora, garantizando la seguridad y disfrute de la experiencia, así como el cumplimiento del programa establecido por la empresa organizadora.

IC6.7 La información sobre la adquisición de productos y experiencias enoturísticos complementarios, ubicación del punto de venta, ofertas, precios, entre otros, se indican, asesorando al turista para que la acción le resulte satisfactoria y la bodega y/o empresa organizadora cumpla sus objetivos comerciales.

IC6.8 Las encuestas de satisfacción de la experiencia, se entregan a los turistas, a través de los canales diseñados por la bodega y/o empresa organizadora, recopilando sus opiniones y sugerencias, con el fin de obtener información de evaluación y auditorias.

EC7 Aplicar herramientas de comunicación y evaluación, diseñadas por la bodega y/o empresa organizadora, para garantizar la continuidad de relación con el turista, y de su fidelización.

IC7.1 Los formularios de autorización de protección de datos del turista se incorporan al departamento de comunicación y gestión, asegurando que el envío de encuestas, comunicaciones, noticias, entre otros, establezca una relación vinculante entre la bodega y/o empresa organizadora y el turista.

- IC7.2** Las encuestas de calidad y herramientas de evaluación externas recogidas se estudian, obteniendo información que facilite mejoras y crecimiento en el desarrollo de la oferta de la experiencia enoturística y marca de la bodega y/o empresa organizadora.
 - IC7.3** La aceptación de datos y de envío de noticias o correos electrónicos a través de página web o redes sociales, se incluye, garantizando la protección de datos personales de clientes.
 - IC7.4** Las novedades de servicios e infraestructuras creadas se comunican, mediante el envío de información por los canales diseñados, procurando el respeto al interés del turista, y garantizando la protección de datos y calidad de la oferta.
 - IC7.5** Los servicios complementarios como club de vino, entre otros, se gestionan como herramienta de comunicación y fidelización, garantizando un vínculo de calidad y permanencia que permita perpetuar la relación entre el turista y la bodega y/o empresa organizadora.
- EC8** Evaluar los servicios guiados, mediante métodos estandarizados, aplicando la perspectiva de género, y los principios de inclusividad tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad, inclusividad y sostenibilidad de los mismos y aplicar la retroalimentación para la mejora de futuras intervenciones guiadas.
- IC8.1** El estado emocional de los turistas, se evalúa, comprobando el disfrute lúdico de la experiencia enoturística y el programa establecido.
 - IC8.2** La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, corroborando el disfrute de la experiencia enoturística y la seguridad de los turistas.
 - IC8.3** Las encuestas recogidas propias de la bodega y/o empresa organizadora se evalúan cualitativa y cuantitativamente, segmentando la información según el servicio o atributo de la experiencia enoturística.
 - IC8.4** Los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos se redactan, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestado, mejora de imagen de la bodega y/o empresa organizadora y ofertas atrayentes para los turistas.
 - IC8.5** La información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad, se transmite a la bodega y/o empresa organizadora responsable de la actividad, mediante memorias de evaluación periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de la información obtenida, entre otras, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores.
 - IC8.6** La planificación estratégica de la bodega y/o empresa organizadora se gestiona, utilizando las herramientas de evaluación diseñadas para tal fin, con objeto de garantizar el

cumplimiento y objetivo de la marca, así como la imagen de la misma y fidelización y/o captación de turistas.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Medios y equipos ofimáticos. Internet y teléfonos inteligentes. Redes Sociales y plataformas de gestión de redes sociales (Social Media Monitoring) como Hootsuite, Metricool, Buffer o cualquiera similar con la misma funcionalidad que aparezca en el futuro. Programas y aplicaciones de gestión de reservas (Vinotec, Wine Ttourio u otras). Material impreso de divulgación. Equipos audiovisuales. Medios de transporte apropiados para caminos. Protocolos de actuación en situaciones de emergencia. Espacios enoturísticos y sus instalaciones. Vino (fermentados, destilados u otros productos a catar). Elementos de cata (escupideras, vajilla, manteles de cata, abridores). Equipos de limpieza de elementos de cata. Material complementario de actividades en campo. Uniformes. Programas, aplicaciones y equipos para gestión de venta y cobros (TPV). Material de embalaje y envase (packaging). Formularios de autorización de gestión de datos personales, formularios de gestión de datos personales, encuestas, plataformas digitales para encuestas (Google Forms o Microsoft Forms). Aplicación de gestión de relaciones con clientes (CRM), boletín de noticias (newsletters), sitio de bitácora en línea (blog corporativo), correo electrónico publicitario (email marketing). TIC inclusivas (APPS para personas con necesidades especiales (auditiva, visual, cognitiva). Guías de adaptación de itinerarios.

Información utilizada o generada

Código Ético Mundial para el Turismo (CMET). Plan de Empresa. Plan estratégico para conocer la misión, visión y valores de la empresa, Plan de Marketing. Plan de Comunicación de acciones en los canales de distribución de productos y experiencias enoturísticas. Memorándum de acciones de retroalimentación. Memoria del plan de comunicación y de marketing. Ley de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Metodología del DAFO y documento de análisis de viabilidad. Catálogos de actividades. Portfolio específico de servicios de enoturismo. Fichas de ejecución y desarrollo por cada una de las actividades identificadas. Guías de naturaleza (flora y fauna). Manuales generales nacionales e internacionales de viticultura y vinificación. Manuales de geografía y geomorfología. Guías y manuales de cata. Manuales de historia y arte. Revistas y guías especializadas de vino (periódicas). Prensa

especializada. Generada: Catálogo de vinos propios por añadas y estilos. Informes históricos de meteorología. Informes de listados de turistas. Informes de valoración. Memorándum de análisis. Informes de mejora. Disposiciones mínimas de seguridad y salud en lugares de trabajo relativa a ergonomía, señalización, entre otros.