

EJE TEMÁTICO: ASOCIACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA EDUCACIÓN DE ADULTOS (KA204)

TÍTULO de la comunicación escrita: In Vino Expertise

AUTORÍA:

1. Manual Carabias Herrero, manucarabiasherrero@gmail.com, 0000-0002-0436-0738
2. Damiana Sudano, Deses3, innovationdeses3@gmail.com

DECLARACIÓN de autoría y originalidad: Este documento no se publicó antes ni está en proceso de publicación, es creación original, sin conflicto de interés, la autenticidad de la información se ofrece bajo la responsabilidad del autor 1 y se autoriza su publicación en el marco del **II Congreso Internacional de Educación de Personas Adultas para el Empleo y la Inclusión CyLAEI 2022.**

RESUMEN

In Vino Expertise quiere apoyar la formación de personas adultas desempleadas en el ámbito del enoturismo en zonas despobladas, especialmente equipadas con recursos enoturísticos, utilizando un enfoque transnacional en el tratamiento del patrimonio cultural de productos europeos como el vino.

Al mismo tiempo pretende contribuir a la dinamización y crecimiento del sector vitivinícola en los países participantes en el proyecto, contribuyendo a formar capital humano en las competencias requeridas por las empresas del sector.

Para ello se ha utilizado la metodología Investigación basada en el Diseño (DBR_Design Based Research) y su concreción educativa denominada Educación basada en el Diseño (EDR_Educational Design Research), que se ha concretado en la realización de encuestas y focus groups a los grupos objetivos: desempleados en zonas afectadas por el fenómeno de despoblación y empresas del sector del enoturismo necesitadas de capital humano con formación específica en el sector.

Finalmente con los resultados obtenidos se ha desarrollado una formación a dirigida a personas adultas desempleadas así como una plataforma de empleo que conecta a estas últimas con las empresas del sector en búsqueda activa de candidatos.

PALABRAS CLAVE: educación de adultos, desempleo, enoturismo, despoblación

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende comunicar la experiencia llevada a cabo a través del proyecto “In Vino Expertise”, co-financiado por el Programa Erasmus+ de la Unión Europea.

En el proyecto han participado seis organizaciones de cinco países europeos: Ayuntamiento de Medina del Campo (España); Asociación DESES 3 (España); FORCOOP C.O.R.A. VENEZIA SOCIETA' COOPERATIVA (Italia); ITER VITIS

FRANCE (Francia); Associação Empresarial de Amarante (Portugal); y Akademija za razvoj mladih (Eslovenia).

Son identificadas dos necesidades de gran relevancia, tanto en España como en Europa. Por un lado, las altas tasas de desempleo a nivel general y de forma más acentuada en población con medio y bajo nivel de cualificación; y por otro, la despoblación que se está produciendo en zonas rurales.

Como punto de apoyo para nuestra “palanca del cambio” encontramos el enoturismo. Un sector en auge vinculado principalmente a zonas rurales. Puede definirse como la visita a viñedos, bodegas, festivales del vino, salones del vino, etc., en los que la degustación de vinos y/o la experiencia de los atributos de una región vitivinícola son los principales factores de motivación de los visitantes (Hall, 1996). Esta definición revela un amplio abanico de actividades empresariales que se desarrollan en dichas zonas rurales del Mediterráneo.

Teniendo en cuenta las necesidades y el punto fuerte con el que se cuenta, surge este proyecto de dos años de duración, a través del cual se ha diseñado un curso de formación y una plataforma internacional vinculadas al sector del enoturismo.

El curso, “In Vino Expert-Course”, se trata de un curso de formación que proporciona a los ciudadanos conocimientos básicos sobre el enoturismo. Respetando el Marco Europeo de Cualificaciones, cumple el objetivo de reducir el desajuste entre la oferta formativa y la necesidad laboral, acercando al ciudadano europeo al patrimonio cultural mediterráneo del vino.

La plataforma, “In Vino Network”, se trata de una comunidad online en torno al sector del enoturismo formada por un espacio de formación e información sobre el vino, y una oferta de empleo a nivel europeo vinculada al sector vitivinícola. Pretende ser un punto de encuentro internacional entre el sector y el ciudadano en búsqueda de empleo o mejora de empleo.

Su público directo son las personas adultas desempleadas sin estudios superiores y su público indirecto se encuentra en empresas del sector del enoturismo.

2. JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA

Como hemos mencionado anteriormente, este proyecto pretende abordar dos problemas fundamentales: las tasas de desempleo (Eurostat, 2020) en España (15,5%); Italia (9,2%); Francia (8%); Portugal (6,9%); y Eslovenia (5%), y el problema de la despoblación en las áreas rurales que afecta de nuevo a todas las regiones europeas que participan en esta iniciativa.

El proyecto pretende aprovechar la oportunidad laboral que existe en el entorno vinculada al sector enoturista para la reducción del desempleo, contribuir a frenar la despoblación y a su vez aumentar la conciencia cultural en torno al sector.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El sector del enoturismo es un sector en auge en las diferentes regiones que participan en este proyecto.

La Carta Europea del Enoturismo (2006) establece que “se entiende por enoturismo el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio”.

Acorde con esta definición, reconoce el enoturismo como un “sistema multidimensional resultado de la interacción de los subsistemas Territorio, Turismo y Cultura del Vino”.

Según la Global Wine Tourist Organization (2022), “la red mundial del sector del enoturismo está integrada por entes públicos, asociaciones, empresas privadas e instituciones académicas, creada para contribuir al desarrollo socio-económico de los destinos, dentro de un marco de gobernanza inclusiva y sostenible, mediante propuestas de valor en los ámbito académico y del sector público”.

Con respecto a las enseñanzas existentes en el ámbito del enoturismo reconocidas por el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, en los países implicados en el proyecto y teniendo en cuenta la oferta de sus centros de personas adultas, no existe formación en el sector del enoturismo centrada en niveles inferiores para aquellas personas adultas que no pueden acceder a los niveles superiores por falta de criterios de admisión. Hay cursos certificados de nivel inferior en Europa, pero no son gratuitos, lo que limita el acceso a las personas adultas desempleadas que sufren pobreza y exclusión social.

En lo que se refiere a la despoblación podemos definir este fenómeno como la “pérdida masiva de habitantes de una región o ecosistema por motivo de su muerte, envejecimiento o desplazamiento a otros lugares por causas naturales o humanas” (“Despoblación”, 2022).

Según la eurodiputada Iskra Mihaylova (2018), “la despoblación es uno de los grandes retos políticos que enfrenta la Europa de hoy. Es una realidad que afecta (...) con especial crudeza a las zonas rurales, montañosas y periféricas, que representan el 80% del territorio europeo”.

En palabras de la comisaria europea de política regional, Corina Cretu (2018) “Ante este desafío, hacen falta estrategias específicas para promover el desarrollo económico, el acceso a los servicios y la conectividad”.

“La digitalización del medio rural, es decir, la incorporación efectiva, extendida y compartida de las tecnologías de la información y la comunicación en todo el territorio,

es un elemento clave para luchar contra la despoblación” (Rico, J., 2020, *Desarrollo rural y sostenible*). En este sentido In Vino Expertise se alinea con el objetivo de la digitalización del medio rural, dotando a personas adultas desempleadas con las competencias digitales necesarias para acceder a una oportunidad laboral.

3. OBJETIVOS PLANTEADOS

Los objetivos que se han pretendido alcanzar con In Vino Expertise son:

- Desarrollar una plataforma internacional para poner en contacto empresas del sector de enoturismo y población en búsqueda de empleo en dicho sector
- Diseñar una formación adaptada a las necesidades de las empresas dispuestas a emplear a adultos sin titulación superior, para una mayor desgravación fiscal.
- Mejorar la empleabilidad de quienes, en ausencia de empleo, abandonarían la provincia, la región o incluso el país, acrecentando el fenómeno de la despoblación que empezó hace una década, y que ya arroja sus consecuencias en el progresivo envejecimiento de la población.
- Invertir acciones en el desarrollo del patrimonio natural, cultural e histórico del vino.
- Difundir el sentido de pertenencia, participación y ciudadanía para una vida sostenible.

4. MÉTODO

En un entorno educativo con una clara vocación aplicada y de servicio social se acomete la acción de desarrollar ambos productos con el fin de que tengan un impacto social efectivo y a la vez posea las características de robustez y rigor que proporciona la academia. Este doble requerimiento orienta la elección metodológica de utilizar la denominada Investigación basada en el Diseño (DBR_Design Based Research) y en su concreción educativa denominada Educación basada en el Diseño (EDR_Educational Design Research).

EDR es una metodología orientada a desarrollar productos/servicios educativos de diversa índole, desde producciones que se concretan en programas o plataformas tecnológicas hasta aquéllas que consisten en producciones de carácter educativo de diferente naturaleza. Tanto la concepción como la dinámica de EDR están concebidos para el afrontamiento de problemas complejos (Reeves, 2015) y se fundamentan en un diálogo continuo entre la teoría y la práctica. Esta característica encaja de manera natural con los problemas y cuestiones educativas.

Desde el punto de vista estructural y de funcionamiento se trata de un proceso iterativo donde el diseño y refinamiento de prototipos sucesivos trata de alcanzar una versión siguiente siempre mejorada respecto a la anterior. Fruto de ese proceso cíclico se generan una serie de principios de diseño, a modo de lecciones aprendidas, que

constituyen un corpus teórico que emerge de la práctica para volver a ella en las subsiguientes iteraciones (Plomp y Nieveen, 2009; Van den Akker, Gravemeijer, McKenney, Nieveen, 2006; Wang y Hannafin, 2005).

En este proceso de refinamiento, los prototipos van observando y atendiendo a diferentes criterios de validez según el momento del proceso en que se hallen. Estos criterios comienzan asegurando la solidez de contenido y argumentos para generar el producto y avanzan en términos de consistencia, practicidad hasta determinar el impacto de su aplicación.

5.1. Muestra, fases, espacios, tiempos del trabajo (Epígrafe de segundo nivel)

Se han realizado diferentes actividades y fases, todas ellas con la coherencia oportuna para llevar a cabo la finalidad de los objetivos propuestos:

5.1.1. FOCUS GROUPS

5.1.1.1. Objetivos

- Evaluar cuantitativamente las necesidades de formación en el ámbito del enoturismo del colectivo seleccionado.
- Identificar sus carencias y debilidades formativas en cuanto a competencias profesionales vinculadas al sector.
- Obtener una propuesta de programa formativo que permita a los participantes insertarse o promocionarse dentro del sector del enoturismo.

5.1.1.2. Participantes.

- Cinco grupos de referencia de 5 países europeos (Portugal, Italia, Francia, Eslovenia y España).
- Cada grupo estaba formado por 20 personas, de entre 18 y 55 años, con una tasa de participación del 70% de mujeres y el 30% de hombres.
- Las fechas en las que se desarrollaron los Focus Groups fueron entre abril y junio de 2021.

6.1.1.3. Metodología

En 3 de los 5 casos (Portugal, Italia y España) la actividad de los *focus groups* se ha desarrollado de forma presencial, cumpliendo los requisitos sanitarios debido a las restricciones de la pandemia COVID-19. En los otros dos casos (Francia y Eslovenia) se desarrolló de forma virtual, a través de la plataforma ZOOM.

En todos los casos, la duración de la actividad fue de entre 30/45 minutos.

Los grupos focales de "In Vino Expertise" han sido dirigidos por un guía, que primero se presentó a sí mismo y luego introdujo el proyecto europeo, así como sus objetivos, sus resultados intelectuales y los grupos a los que van dirigidos, para situar a los participantes en el contexto de la propia actividad.

El guía declaró, en todos los casos, que todas las opiniones se recogían de acuerdo con los artículos del GDPR sobre datos personales, sin asociar las respuestas a participantes concretos.

Los participantes firmaron una lista oficial de asistentes como parte de las herramientas de repositorio e informe del proyecto, mientras que el guía del grupo de discusión recordaba a los asistentes la posibilidad de ser reconocidos en el reglamento de datos personales sobre el tema de la explotación de sus propios datos solicitados.

5.1.2. ENCUESTAS

6.1.2.1. Objetivos

- Evaluar cuantitativamente las necesidades de formación en el ámbito del enoturismo de los encuestados.
- Conocer la situación actual de las empresas del sector en cuanto a su personal cualificado dedicado al enoturismo.
- Identificar las carencias y debilidades formativas en materia de competencias profesionales vinculadas al sector.
- Obtener una propuesta de programa formativo que permita a las empresas cubrir estas carencias, dentro del sector enoturístico.

6.1.2.2. Participantes.

Participaron bodegas y empresas de enoturismo de cada país participante en el proyecto:

- España: 50 participantes
- Italia: 40 participantes
- Portugal: 20 participantes
- Francia: 54 participantes
- Eslovenia: 42 participantes

6.1.1.3. Metodología.

Las encuestas se realizaron online, a través de Google Forms y se tradujeron al idioma de cada país participante. Con los resultados de las mismas cada socio hizo un informe y a partir de todos ellos se hizo un informe comparativo.

5.1.3. DISEÑO DEL CURSO IN VINO EXPERTISE

El diseño del curso se ha basado en los resultados obtenidos en las actividades anteriormente descritas.

5.1.3.1. Objetivos

- Desarrollar los contenidos relacionados con los intereses de los potenciales usuarios del curso y las necesidades formativas de las empresas del sector. Para el mismo han contribuido cada una de las organizaciones en base a su principal experiencia

5.1.3.2. Participantes

- Participación más de 250 agentes entre todos los socios, teniendo en cuenta tanto los Focus Groups como las encuestas
- Países participantes: Portugal, Italia, Francia, Eslovenia y España.

5.1.3.3. Metodología

- En un encuentro internacional en el que participaron todos los socios se decidieron los contenidos a desarrollar.

5.1.4. DISEÑO DE LA PLATAFORMA

5.1.4.1. Objetivos

- Diseñar una plataforma que permite vincular, sin intermediarios, a adultos desempleados interesados en conseguir una oportunidad de trabajo en su localidad o en algún lugar de Europa y una empresa dispuesta a contratar a una persona con competencias específicas en la gestión del turismo del vino.

5.1.4.2. Participantes

- Todos los miembros del consorcio vertieron su opinión, en base a su experiencia individual y conocimiento del sector.

5.1.4.3. Metodología

- Teniendo en cuenta los distintos grupos objetivos del proyecto, se diseña la plataforma con tres interfaces: desempleados, empresas del sector, curso de formación.

5.2. Instrumentos/herramientas de investigación utilizados

- Focus Groups: para su implementación se ha utilizado un cuestionario, previamente consensuado por los expertos participantes en el proyecto y validado por agentes externos. Consta de tres preguntas que atienden a la siguiente temática:
 - Relevancia actual y potencial del sector vitivinícola en cada país participante
 - Competencias y áreas de conocimiento más valoradas por los participantes
 - Formato preferido para el curso de formación: presencial, e-learning o b-learning

Se trataban de preguntas abiertas con el fin de que los participantes pudieran expresarse en sus aportaciones y obtener así la máxima información. Se presupone la fiabilidad y validez de la información puesto que la colaboración de los participantes revierte en el diseño de un producto para su propio interés.

- Encuestas: son creadas ad hoc a partir de los objetivos del proyecto y el impacto esperado. Son creadas por el equipo de trabajo y validadas por expertos en enoturismo. Los encuestados respondieron a 20 preguntas que se agrupaban en las siguientes temáticas:

- Sector, tamaño, localización geográfica y antigüedad de la empresa
- Cualificación, especialización, edad y sexo de la plantilla
- Visión e implicación en el turismo enológico de cada una de las empresas
- Áreas o departamentos que consideran más relevante reforzar en sus empresas

Se trataban de preguntas cerradas con respuestas tasadas. Al igual que en los Focus Groups, se presupone la fiabilidad y validez de la información puesto que la colaboración de los participantes revierte en el diseño de un producto para su propio interés.

6. RESULTADOS

Atendiendo a las fases en las que se han desarrollado cada uno de los resultados finales podemos observar los siguientes resultados:

6.1. FOCUS GROUPS

Tras la realización de los Focus Groups a continuación se exponen las preguntas realizadas en los mismos y los resultados extraídos:

1ª Pregunta. ¿Le parece el sector del enoturismo lo suficientemente interesante como para desarrollarse profesionalmente en él?

La respuesta unánime, de todos los participantes del grupo, es SÍ. Todos piensan que es un sector en alza con mucho potencial profesional.

Tras recoger las opiniones de los participantes, el guía de cada grupo expone las siguientes competencias y campos de conocimiento, vinculados al sector del enoturismo:

- Competencia comunicativa. (Verbal y no verbal)
- Competencia comunicativa en lengua extranjera.
- Competencia digital. (Uso de redes sociales, creación de contenidos y gestión como administrador de la web)
- Competencia comercial.
- Conocimientos contables y administrativos.
- Conocimientos sobre organización de eventos y protocolo.
- Conocimientos vinculados al mundo del vino.
- Conocimientos sobre etnografía, historia, geografía y arte.

2ª pregunta. ¿Cuáles de estos conocimientos le gustaría adquirir y sobre qué conocimientos de los expuestos le gustaría formarse o ampliar?

Estas fueron las respuestas y el orden de prioridad común entre los 5 grupos focales realizados:

- 1- Lengua extranjera: El inglés (como lengua internacional común). Aunque hubo otros idiomas que se detallan a continuación.
- 2- Conocimientos relacionados con el mundo del vino: principios de viticultura, enología, maridaje, etc.
- 3- Competencia digital: comprensión del uso de las redes sociales, creación de contenidos y gestión de páginas web.
- 4- Conocimientos legales, fiscales, administrativos y del sector turístico: agencias de viajes, impuestos, comisiones, etc.
- 5- Conocimientos sobre etnografía, historia, geografía y arte.
- 6- Conocimientos de Marketing: comportamiento de la demanda y la oferta, promoción de productos, innovación de los servicios de las empresas, cálculo de costes e ingresos, etc.

7- Oratoria y relaciones públicas.

A partir de las respuestas anteriores, el guía de cada *focus group* propuso un esquema del programa de formación basado en las conclusiones de la pregunta 2.

Se pidió a los participantes que hicieran comentarios sobre el programa de formación descrito, de modo que el guía del *focus group* pudiera informar de un acuerdo unánime al respecto.

Los conocimientos relacionados con el mundo del vino y la lengua extranjera fueron los que alcanzaron un acuerdo más unánime, sin embargo, también destacaron varios grupos, el interés turístico en general que abarcaría, en particular, el conocimiento de las diferentes culturas y el manejo de grupos de personas para las diferentes visitas guiadas relacionadas con el enoturismo.

A partir de este programa descrito, se pidió a los participantes que respondieran a la última pregunta relacionada con la metodología del programa.

3ª pregunta. ¿De qué tiempo dispondrían para recibir esta formación y en qué momento sería la más adecuada? Así como el tipo de formación que prefieren, presencial, e-learning o b-learning.

- La mayoría de los participantes, de los grupos, coinciden en que lo más adecuado sería una alternativa combinada: parte presencial, sin excluir la opción de poder seguir la formación desde casa si no hay posibilidad de asistir personalmente al curso.
- En cuanto al horario, la respuesta más unánime fue un programa abierto.
- En cuanto al calendario, se fijó el mes de octubre como un buen mes para realizar dicha formación, pero igualmente abierto.

6.2. ENCUESTAS

Tras contestar los encuestados a las 20 preguntas, se puede deducir que las bodegas son el gran motor del enoturismo en estas regiones/países encuestados. De las cuales, la gran mayoría considera que el enoturismo será un área importante de expansión en un futuro próximo y por lo tanto consideran aumentar su personal y capacitarlo en diversas áreas relacionadas con el enoturismo. Las áreas de especialización más valoradas para ser formadas en un futuro próximo respecto a las respuestas de los encuestados son:

- Idiomas extranjeros;
- Comunicación digital;
- Patrimonio cultural;
- Atención al cliente.

6.3. DISEÑO EDUCATIVO

Con la información obtenida, se diseña el programa para el curso de formación, con los siguientes módulos y contenidos:

CONOCIMIENTO DEL VINO

1. Enología y principios de la viticultura: conocimiento de los vinos del territorio
2. Metodología de cata y maridaje de vinos
3. Cómo organizar una experiencia enológica

ETNOGRAFÍA

1. La historia del vino
2. El vino en las artes
3. Geografía del vino

INDUSTRIA DEL TURISMO DEL VINO

1. La organización del vino y el turismo en Europa
2. Las rutas del vino
3. Las leyes y normas del turismo

MARKETING

1. La oferta y el suministro
2. Promoción del producto/servicio
3. Estrategias de innovación

COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Redacción de textos publicitarios
2. Negocios en línea y principales canales de comercialización
3. Anuncios, métricas y análisis

PR Y PROTOCOLOS

1. Introducción a las Relaciones Públicas (RRPP) en el sector del turismo del vino, Kit de medios de RRPP
2. El protocolo del vino
3. Las relaciones públicas y el marketing del vino.

El curso estará disponible en los siguientes idiomas: inglés, francés, italiano, español, esloveno y portugués.

6.4. DISEÑO DE LA PLATAFORMA

El link a la plataforma está disponible en el apartado “10. Información de apoyo”.

Se trata de una plataforma con 3 interfaces:

- “Busco trabajo”: para los usuarios en búsqueda activa de empleo. Se registran sus datos personales detallando su nivel de estudios y competencias.
- “Quiero contratar”: diseñada para que las empresas del sector vitivinícola encuentren candidatos para sus vacantes. Se registran con sus datos de empresa y especifican el tipo de profesional que requieren.
- “Cómo tener más posibilidades de ser contratado”: esta interfaz da acceso al curso de formación antes previamente descrito.

6.5. SUSCRIPCIÓN A LA COMUNIDAD

Esta actividad está actualmente en proceso. El objetivo es conseguir que se registren 40 empresas (en España 60) y 20 desempleados de cada país participante.

7. DISCUSIÓN

La consideración unánime de que el enoturismo es un sector en alza con gran potencial profesional debe ser un dinamizador de proyectos e iniciativas como In Vino Expertise porque contribuyen al desarrollo local y económico de las zonas vitivinícolas, tanto a nivel nacional como internacional.

Es por ello por lo que los encuestados en el proyecto consideran que los conocimientos relacionados con el mundo del vino y la lengua extranjera son las competencias prioritarias para acceder a las empresas del sector.

Precisamente por el interés internacional por las rutas de enoturismo en diferentes países europeos, otros de los aspectos altamente valorados como competencias necesarias son el conocimiento de las diferentes culturas y el manejo de grupos de personas para las visitas guiadas relacionadas con el enoturismo.

El estilo de vida que impera en nuestra sociedad determina que el formato preferido para el curso de formación que se ha desarrollado sea híbrido, con contenido online y posibilidad de cierta presencialidad.

8. LIMITACIONES DE ESTE TRABAJO

Durante el desarrollo del proyecto se han observado las siguientes limitaciones:

- Derivadas de la pandemia, que han supuesto la imposibilidad de reunirse de manera presencial.
- Imposibilidad de integrar la iniciativa en otras regiones que también sufren la despoblación.
- Imposibilidad de incorporar a otras regiones vinculadas al sector del enoturismo en Europa.
- Imposibilidad de incluir a un mayor número de personas participando en el proyecto debido a una limitación temporal del proyecto.

9. CONCLUSIONES Y APORTACIONES

In Vino Expertise proporciona una formación que pretende reducir la brecha entre la formación formal y la empresa, habiendo desarrollado un programa formativo diseñado precisamente por los potenciales reclutadores, las empresas del sector, garantizando de esta manera altas tasas de empleabilidad tras la finalización de dicho curso.

Además, la plataforma de empleo facilita una conexión directa entre las empresas que necesitan trabajadores y aquellas personas en búsqueda de empleo.

In Vino contribuye también a luchar de forma eficaz contra el fenómeno de la despoblación, capacitando a la población de áreas vinculadas con el vino, con la formación requerida por las empresas del sector.

Con todo ello In Vino contribuye a la dinamización y crecimiento del sector vitivinícola en los países participantes.

En lo que se refiere a la comunidad docente y científica se espera que el método utilizado en In Vino se convierta en un caso de estudio y repercuta en la metodología de los centros de educación de adultos y de las comunidades Erasmus+ (EPALE, eTwinning).

10. INFORMACIÓN DE APOYO

- Plataforma del proyecto, In Vino Expertise: <https://invinoexpertise.eu/>
- Encuesta sobre las necesidades de formación del sector del turismo enológico en Europa - Informe comparativo: <https://www.asociaciondeses3.com/invinoexpertise>
- Focus groups - Informe comparativo:
<https://www.asociaciondeses3.com/invinoexpertise>

AGRADECIMIENTOS Y DATOS DEL PROYECTO

In Vino Expertise (KA204-E346984B) es un proyecto cofinanciado por la UE.

REFERENCIAS

- Hall, 1996, *An exploratory analysis of wineries websites of functionality: the case of the doq priorat route wineries*
- Eurostat, 2020. *Tasas desempleo Eurostat 2020*
- Carta Europea del Enoturismo (2006).
<https://docplayer.es/29199994-Carta-europea-del-enoturismo.html>
- Global Wine Tourist Organization. *Enoturismo: el motor del Agroturismo*
<https://gwto.org/es/home-espanol/>
- Despoblación. (17 de febrero de 2022). *En Wikipedia*
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Despoblación&oldid=141737103>
- Mihaylova, I., (18-19 de octubre 2018), *III Congreso sobre Despoblación en el Medio Rural*
- Cretu, C., (18-19 de octubre 2018), *III Congreso sobre Despoblación en el Medio Rural*
- Rico, J., 2020. *La digitalización es una pieza clave en la lucha contra la despoblación*. Revista Desarrollo rural y sostenible, Nº. 43, 2020, págs. 14-15
- Reeves, 2015. *Australasian Journal of Educational Technology. Educational design research: Signs of progress.*
https://www.researchgate.net/publication/285470595_Educational_design_research_Signs_of_progress
- Plomp y Nieveen, 2009; Van den Akker, Gravemeijer, McKenney, Nieveen, 2006; Wang y Hannafin, 2005. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa. La Investigación Basada en Diseño en Tecnología Educativa*