



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE

Código: HOT336_3

NIVEL: 3



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en la creación, promoción y gestión de servicios y productos turísticos locales y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en las realizaciones profesionales de la unidad de competencia, y a dos dígitos las reflejadas en los criterios de realización.

1. Evaluar la potencialidad turística del entorno local, en base a sus recursos, teniendo en cuenta la demanda, real y potencial del mercado y la situación propia con respecto a la competencia para su posible explotación.

- 1.1 Las fuentes de información se identifican y seleccionan en función de los recursos turísticos del entorno local, cooperando con diferentes interlocutores del sector y creando sinergias que ayuden a mejorar la promoción local en mercados emisores.
- 1.2 La incorporación a las redes de intercambio de información y cooperación se propone garantizando la actualización de la información y oferta turística y agilizando su distribución.
- 1.3 Los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos naturales, infraestructuras, servicios y recursos humanos, se identifican y catalogan, disponiendo así de la información básica para la creación del producto.
- 1.4 La información sobre la demanda turística, actual y potencial, del destino se identifica y se analiza, posibilitando así la detección de oportunidades de creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales.
- 1.5 Los destinos competidores así como sus productos y servicios turísticos se analizan, identificando el posicionamiento del entorno local y siguiendo siempre las buenas prácticas aceptadas en el sector.
- 1.6 Los métodos de estudios de mercado para obtener un diagnóstico se identifican y aplican, adecuando la oferta existente a la demanda detectada.
- 1.7 Las oportunidades potenciales de mercado sobre servicios y productos turísticos locales se detectan, mejorando y consolidando la situación propia con respecto a la competencia.

2. Colaborar en el diseño y mejora de la oferta de productos y servicios turísticos locales, aportando soluciones para satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial y rentabilizando los recursos.

- 2.1 Las posibilidades de explotación turística del entorno local se identifican en base a los recursos disponibles estableciendo una tipología de productos y servicios turísticos que complementen y mejoren la actual oferta, protegiendo los criterios medio ambientales y de desarrollo sostenible.
- 2.2 Las posibilidades y alternativas de propuestas de creación de nuevos productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes del entorno se determinan, en función de su viabilidad técnica, comercial y financiera.
- 2.3 La programación temporal para el desarrollo de los productos y servicios turísticos propuestos se establece, participando en el diseño



- de las diferentes fases a seguir para su puesta en marcha y en la definición de las estrategias de promoción.
- 2.4 Los parámetros y criterios de evaluación de la calidad de los productos o servicios turísticos locales se establecen mediante la formulación de propuestas y en colaboración con el superior jerárquico.
 - 2.5 La información seleccionada de la oferta turística del entorno local se transmite a las personas o instituciones responsables de su promoción en tiempo y forma establecidos.

3. Participar en la planificación y desarrollo de la oferta de los productos y servicios turísticos diseñados proponiendo actuaciones para que su implantación se produzca en el tiempo y forma previstos.

- 3.1 Las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales definidos se determinan, siguiendo instrucciones del superior jerárquico, incluyendo si fuese oportuna la participación propia.
- 3.2 Las tareas necesarias para el desarrollo de los productos y servicios turísticos definidos se establecen, colaborando con el superior jerárquico en la determinación de los recursos humanos, materiales y las infraestructuras necesarias para su implementación y organización.
- 3.3 Las orientaciones para la ejecución de cada una de las tareas se define, de acuerdo con el programa elaborado y estableciendo el proceso de gestión de las mismas.
- 3.4 La información seleccionada se organiza y trasmite a las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados para que tengan exacto conocimiento de los productos y servicios turísticos diseñados, mediante los canales o vías de comunicación previamente establecidos.
- 3.5 La puesta en marcha y desarrollo de los productos y servicios turísticos diseñados se efectúa, verificando que cumplen las especificaciones definidas en el tiempo y forma establecidos.

4. Promocionar eficazmente la oferta de servicios y productos turísticos del entorno local, participando en el diseño y programación de estrategias y campañas para poner en valor los recursos de la zona.

- 4.1 Las ideas y sugerencias de promoción turística local se aportan a los responsables de las acciones promocionales en la zona, identificando al público objetivo, seleccionando medios de comunicación, soportes y formas publicitarias, diseñando las actuaciones y el material de promoción.
- 4.2 Las acciones de promoción se programan colaborando en la determinación del planning cronológico, de los recursos humanos y materiales, de las competencias y funciones de cada persona, de sus

- condiciones de ejecución y los proveedores necesarios, estableciendo el nivel de participación propia en cada acción.
- 4.3 La programación diseñada se transmite a las personas o instituciones implicadas utilizando los sistemas de comunicación previamente establecidos.
 - 4.4 Las acciones y tareas previstas se asignan al personal propio con capacitación adecuada, garantizando que la ejecución de las acciones se ajusta al programa establecido.
 - 4.5 Las acciones promocionales programadas se ejecutan, facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a las peticiones del público objetivo.
 - 4.6 La participación en el control de la acción promocional se efectúa, asegurando su cumplimiento con la programación prevista y supervisando que la información prestada a las personas o entidades solicitantes se produce en el tiempo y forma establecidos.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la **UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Recursos turísticos del territorio local

- Tipos de recursos: descripción, categorías, clasificación.
- Diseño de fichas de recursos turísticos: descripción y características.
- Elaboración de los inventarios de recursos turísticos: documentos relacionados con los mismos. Clasificación y almacenamiento de las fichas de inventarios.
- Aplicaciones informáticas específicas.
- Técnicas de evaluación: aplicación de las distintas teorías de evaluación de recursos. Cuestionarios de evaluación de recursos.
- Programas ofimáticos de gestión de datos.
- Medidas sostenibles aplicadas a la protección de los recursos turísticos.

2. Diagnóstico del producto/ servicio o destino turístico local

- Definición y organización de la oferta turística existente en el destino turístico.
- Tipos de turismo que se dan en la zona: turismo cultural, deportivo, sol y playa, otros. Elementos tangibles y elementos intangibles en el servicio, producto o destino.
- Mapas de posicionamiento.
- Fases: introducción, crecimiento/implicación, madurez/consolidación y declive o sustitución/madurez. Criterios sostenibles a considerar en el entorno local.

3. Planificación del destino turístico

- Planificación territorial.
- Concepto de destino turístico. Actuaciones.
- Creación y diseño del producto/servicio y/o destino turístico.
- Clasificación de los destinos: de negocios, vacacional, sol y playa, montaña, exóticos, ecológico, otros. Definición del producto, servicio y o destino: descripción y clasificación.
- Ubicación y posicionamiento del destino, servicio o producto en el mercado. Características intrínsecas al producto, servicio y o destino turístico.
- Análisis de los elementos que constituyen el producto y o servicio.
- Plan de desarrollo del producto, destino y/ o servicio turístico: descripción y jerarquía de los objetivos. Formulación de la misión. Plan de acción.

4. Desarrollo del producto/servicio y/o destino turístico

- Análisis de los efectos del desarrollo turístico: ámbito económico, ámbito sociocultural, ámbito social, ámbito medioambiental, otros.
- Establecimiento de la capacidad de carga: diferentes tipos de capacidad de carga económica, social, ambiental, otros.
- Turismo sostenible y sus principios.
- La creación del producto/destino turístico. Diseño del producto/servicio o destino turístico.
- La creación de la marca producto/destino turístico y su importancia/relevancia para la imagen del destino. Funciones de la imagen de marca y tipos.

5. Desarrollo local y empleos emergentes

- Descripción y análisis de los nuevos yacimientos de empleo. Políticas locales sobre cultura, ocio y deporte.
- Medio ambiente como recurso endógeno. Políticas instrumentales de desarrollo local. Formación de capital humano.
- La dimensión dinamizadora de las TICs. La economía social y el desarrollo local.
- Ayudas y subvenciones.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

- Demostrar un buen hacer profesional.
- Finalizar el trabajo en los plazos establecidos.
- Adaptarse a la organización integrándose en el sistema de relaciones técnico-profesionales.
- Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.
- Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para utilizarlos en su trabajo.



- Demostrar responsabilidad ante los éxitos, errores y fracasos.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “**UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales**”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para la creación y promoción de servicios y/o productos turísticos evaluando la potencialidad del entorno local, y colaborando en el diseño y mejora de la oferta turística de la zona. Esta situación comprenderá al menos los siguientes aspectos:

1. Obtención de información de la potencialidad turística del entorno local y de planes de promoción turística ya existentes.
2. Determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos.
3. Elaboración de estrategias de promoción: acciones y programas.

Condiciones adicionales:



- Se facilitarán varias ediciones turísticas sobre el entorno local (en cuanto a infraestructuras y recursos) en donde se encuentre ubicada la hipotética Unidad de Información Turística.
- Se dispondrá de información sobre las tendencias, demandas potenciales de los posibles usuarios de los servicios a ofertar, del comportamiento del mercado turístico local mediante informes estadísticos, documentación actualizada de las políticas y planes de desarrollo turístico local.
- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Rigor en la obtención de la información turística del entorno local.</i>	<ul style="list-style-type: none">- De los recursos turísticos- De los componentes de la oferta turística existente en el destino.- De los agentes locales como interlocutores del sector- De la demanda turística- De la estructura y oportunidades del mercado turístico- De los destinos competidores- De los materiales de promoción, medios de difusión y soportes informáticos.- De otros planes de promoción turística existentes o históricos y de sus resultados.

	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<p><i>Creatividad y eficacia en la determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Selección de las fuentes de información turísticas.- Incorporación a las redes de intercambio de información.- Catalogación de los componentes de la oferta turística.- Aplicación de métodos de estudio de mercado.- Colaboración en la mejora de la oferta existente de productos y servicios turísticos locales.- Propuesta de creación de nuevos productos y/o servicios.- Comunicación con los responsables de promoción (agentes locales y entidades no gubernamentales de prestigio en el sector). <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<p><i>Efectividad en la planificación, desarrollo, y promoción de la oferta de servicios y productos turísticos.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Definición de tareas para el desarrollo de productos y servicios turísticos- Organización y comunicación de la información relativa a la oferta de los servicios y productos turísticos diseñados.- Participación en el planteamiento de estrategias y campañas de promoción.- Aportación de sugerencias sobre la promoción turística local.- Participación en la ejecución de acciones de promoción programadas.- Cumplimiento de la programación prevista. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<p><i>Cumplimiento de la normativa turística aplicable del destino.</i></p>	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<p><i>Cumplimiento del tiempo establecido en función del empleado por un o una profesional.</i></p>	<p><i>El umbral de desempeño competente permite una desviación del 20% en el tiempo establecido.</i></p>

Escala A

4

Para mejorar la oferta turística existente y colaborar en el diseño de nuevos productos y servicios locales, selecciona con rigurosidad las fuentes de información turísticas, identificando los recursos disponibles y evaluando la potencialidad turística del entorno local. Propone su incorporación a las redes para que el tratamiento de la información resulte fiable y eficaz. Define y cataloga los componentes de la oferta turística que le servirá como base para la propuesta de creación de nuevos productos y/o servicios. Aplica métodos prácticos para el estudio de mercado identificando el comportamiento de la demanda en función de la oferta de productos y servicios turísticos. Colabora activamente en la mejora de la oferta turística local aportando soluciones para satisfacer las

	<p><i>expectativas de la demanda, rentabilizando los recursos y tomando como base la información obtenida. Propone la creación de nuevos productos y/o servicios en función de su viabilidad técnica, comercial y financiera, considerando criterios de calidad, medio ambientales y de desarrollo sostenible. Propone los medios más adecuados para el proceso de comunicación con los responsables de promoción: agentes locales y entidades no gubernamentales del sector.</i></p>
3	<p><i>Para mejorar la oferta turística existente y colaborar en el diseño de nuevos productos y servicios locales, selecciona las fuentes de información turísticas, identificando los recursos disponibles y evaluando la potencialidad turística del entorno local. Propone su incorporación a las redes para que el tratamiento de la información resulte fiable y eficaz. Define y cataloga los componentes de la oferta turística que le servirá como base para la propuesta de creación de nuevos productos y/o servicios. Aplica métodos prácticos para el estudio de mercado identificando el comportamiento de la demanda en función de la oferta de productos y servicios turísticos. Colabora en la mejora de la oferta turística local para satisfacer las expectativas de la demanda, rentabilizando los recursos y tomando como base la información obtenida. Propone la creación de nuevos productos y/o servicios en función de su viabilidad técnica, comercial y financiera, considerando criterios de calidad, medio ambientales y de desarrollo sostenible, todo ello bajo la supervisión y aportación correctiva del superior jerárquico. Propone los medios más adecuados para el proceso de comunicación con los responsables de promoción: agentes locales y entidades no gubernamentales del sector.</i></p>
2	<p><i>Para mejorar la oferta turística existente y colaborar en el diseño de nuevos productos y servicios locales, selecciona las fuentes de información turísticas, pero no es capaz de identificar los recursos disponibles ni evaluar la potencialidad turística del entorno local. Define pero no cataloga los componentes de la oferta turística que le servirá como base para la propuesta de creación de nuevos productos y/o servicios. Aplica métodos prácticos para el estudio de mercado pero no consigue identificar el comportamiento de la demanda en función de la oferta de productos y servicios turísticos. Propone la creación de nuevos productos y/o servicios sin considerar su viabilidad técnica, comercial y financiera. Propone los medios más adecuados para el proceso de comunicación con los responsables de promoción: agentes locales y entidades no gubernamentales del sector.</i></p>
1	<p><i>No aporta mejoras en la oferta turística existente ni colabora en el diseño de nuevos productos y servicios locales.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala B

4	<p><i>Para planificar el desarrollo de las acciones de promoción de la oferta de servicios y productos turísticos, define las tareas necesarias para llevarlas a cabo y colabora con el superior jerárquico en la determinación de necesidades (recursos humanos, materiales e infraestructuras). Organiza la información seleccionada y la transmite por distintos canales o vías de comunicación a las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados para que tengan exacto conocimiento de la oferta</i></p>
---	---

	<p><i>diseñada. Participa en el planteamiento de estrategias y campañas de promoción, aportando sugerencias razonadas sobre su programación y desarrollo: propuesta de un planing cronológico, condiciones de ejecución, recursos necesarios, etc. Participa activamente en la ejecución de las acciones de promoción programadas facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a las peticiones del público.</i></p>
3	<p><i>Para planificar el desarrollo de las acciones de promoción de la oferta de servicios y productos turísticos, define las tareas necesarias para llevarlas a cabo y colabora con el superior jerárquico en la determinación de necesidades (recursos humanos, materiales e infraestructuras). Organiza la información seleccionada y la transmite por distintos canales o vías de comunicación a las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados para que tengan exacto conocimiento de la oferta diseñada. Participa en el planteamiento de estrategias y campañas de promoción, aportando sugerencias sobre su programación y desarrollo: propuesta de un planing cronológico, condiciones de ejecución, recursos necesarios, etc. Participa en la ejecución de las acciones de promoción programadas facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a las peticiones del público.</i></p>
2	<p><i>Para planificar el desarrollo de las acciones de promoción de la oferta de servicios y productos turísticos, define las tareas necesarias para llevarlas a cabo pero no colabora con el superior jerárquico en la determinación de necesidades. Organiza la información seleccionada pero no es capaz de transmitirla por distintos canales o vías de comunicación a las personas, entidades, instituciones y servicios involucrados para que tengan exacto conocimiento de la oferta diseñada. No participa en el planteamiento de estrategias ni en campañas de promoción. Participa en la ejecución de las acciones de promoción programadas facilitando información, distribuyendo materiales promocionales pero no atiende a las peticiones del público.</i></p>
1	<p><i>No planifica el desarrollo de las acciones de promoción de la oferta de servicios y productos turísticos.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

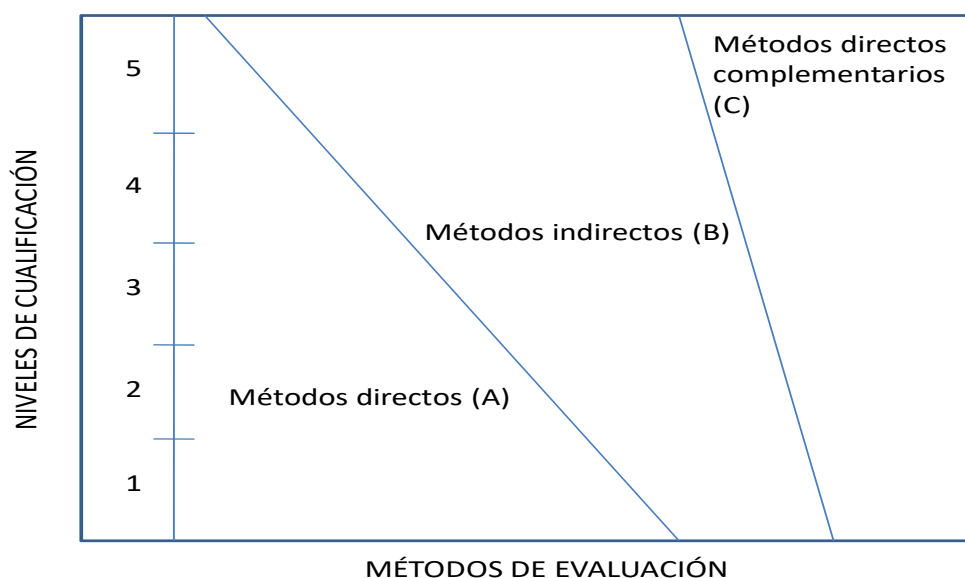
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.



Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
- Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.



2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación no formal y no tenga experiencia en el proceso de creación, promoción y gestión de servicios y productos turísticos locales, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel “3” y en sus competencias más significativas tienen mayor relevancia las destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar principalmente las destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente en múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:



Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.

- h) En la situación profesional de evaluación se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:
- Los “Productos Turísticos” a los que se hace referencia se corresponden con viajes organizados, actividades y/o viajes programados, entre otros.
 - Los “Servicios Turísticos” citados se refieren a la prestación de información sobre recursos naturales, itinerarios, eventos, medios de transporte, u otros, del entorno local.
 - Considerar como base reguladora la normativa turística del destino y los posibles criterios de sostenibilidad y calidad establecidos legalmente para la zona en cuestión.