



## GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC0263\_3: Participar en el desarrollo de acciones comerciales y reservas”**

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: RECEPCIÓN**

**Código: HOT094\_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 UC0263\_3: Participar en el desarrollo de acciones comerciales y reservas.

### 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 Participar en el desarrollo de acciones comerciales y reservas, 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. Gestionar las reservas de habitaciones u otros servicios ofertados por el establecimiento de forma que se obtengan los***



***mayores índices de ocupación y producción posibles, utilizando los programas y sistemas informáticos específicos.***

- 1.1 Las pautas de actuación se proponen en función de la política comercial de la empresa, de la reglamentación aplicable en materia de tarifas y reservas, y de toda la oferta del establecimiento.
- 1.2 Los formularios y documentos necesarios para la gestión de reservas se formalizan y tramitan, tanto de forma manual como informatizada, cumpliendo los plazos establecidos.
- 1.3 La planificación de reservas se efectúa para lograr la optimización de la ocupación a corto, medio y largo plazo, en función de la modalidad y categoría del establecimiento.
- 1.4 La información relativa a la gestión de reservas se procesa y archiva adecuadamente, obteniendo conclusiones operativas relativas a previsión de ocupación, clientes no presentados, modificaciones, datos de empresas y clientes, garantías y otras.
- 1.5 Las conclusiones operativas obtenidas se trasladan en tiempo y forma a los departamentos o al personal implicado, utilizando los medios tecnológicos de información y comunicación específicos.

***2. Participar en el diseño de determinadas acciones y campañas comerciales para promocionar los servicios ofertados por la entidad, ejecutándolas de acuerdo con la planificación realizada.***

- 2.1 La oferta de servicios de la entidad y de la competencia se recopila a través de los canales de distribución directos e indirectos, obteniendo información de sus diferenciales y posición competitiva.
- 2.2 La estrategia comercial y de marketing de la entidad se documenta obteniendo datos reales de la gestión de los servicios ofertados en el establecimiento.
- 2.3 Los costos de intermediación y las comisiones de reservas junto con la información obtenida se envían a los responsables a través de los protocolos establecidos.
- 2.4 Los elementos clave de las campañas de promoción y fidelización se identifican, transmitiendo propuestas de mejora a los responsables de la misma.
- 2.5 El diseño de las actividades de promoción y otras propias de la comercialización se propone en función del mercado potencial, de acuerdo con los objetivos fijados.
- 2.6 Los recursos necesarios para llevar a cabo las acciones comerciales propuestas se organizan en su ámbito de responsabilidad, con criterios de eficiencia y eficacia utilizando los canales directos e indirectos.
- 2.7 Las acciones definidas en los planes comerciales se implementan, en su ámbito de responsabilidad, de acuerdo con los objetivos y métodos fijados.



### **3. Ejecutar las actividades diseñadas en las acciones y campañas comerciales, de acuerdo a la estrategia de comunicación de la empresa para contribuir a que se maximicen los ingresos y potencie la rentabilidad del establecimiento.**

- 3.1 Los medios técnicos disponibles y las herramientas directas de comunicación e información con los clientes y con el entorno se gestionan de acuerdo a los protocolos de política/estrategia de comunicación determinados por la empresa.
- 3.2 Las nuevas herramientas o medios tecnológicos se manejan adaptándolos a la estrategia de empresa y al plan comercial.
- 3.3 Los contenidos y las líneas de comunicación se implementan contribuyendo a la estrategia de fidelización de los clientes antes de su llegada, durante su estancia y en la postventa de los servicios contratados.
- 3.4 Las comunicaciones en entornos Web, redes sociales y otros se seleccionan, utilizando las más acordes a las situaciones planteadas.
- 3.5 Los datos históricos referidos a la comunicación y comportamiento de la empresa en entornos dinámicos se recopilan, elaborando y tramitando los informes u otros documentos requeridos a los departamentos implicados.

#### **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 **UC0263\_3: Participar en el desarrollo de acciones comerciales y reservas**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

##### **1. Gestión de reservas**

- Tratamiento y análisis del estado de reservas.
- Desarrollo de los procedimientos de confirmación, modificación y cancelación de reservas; impresos y documentos.
- Gestión de disponibilidad y precios.
- Análisis de técnicas de gestión de reservas y aplicación.

##### **2. El mercado turístico nacional e internacional**

- Diferenciación de los elementos componentes de la oferta y demanda turísticas nacional e internacional.
- Principales mercados emisores y receptores.
- Especificidades del mercado turístico relativo al subsector de alojamiento.
- Identificación de las principales fuentes de información turística.

##### **3. El consumidor en hostelería y turismo.**



- Identificación y clasificación de las necesidades humanas.
- Definición de elementos de motivación para el consumo.
- Factores influyentes en la compra de los productos y servicios turísticos y gastronómicos.
- Modelos de comportamiento: la segmentación del mercado.

#### **4. Marketing**

- Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado.
- Análisis de las fuentes de información y métodos de investigación: aplicación en hostelería y turismo. Verificación de la evolución de hábitos y procedimientos de transacción comercial.
- Marketing de servicios.
- Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico.
- Plan de marketing: elementos que lo constituyen.
- Marketing on line.
- Comunicación.

#### **5. Técnicas de venta y negociación**

- Identificación de la actividad de los vendedores y técnicas de venta.
- Reconocimiento de la importancia de la comunicación interpersonal: saber escuchar, saber hablar. Definición de las reglas básicas de habilidad social e imagen personal.

#### **6. Aplicaciones informáticas específicas para la actividad del departamento de Recepción**

- Entorno Web. Redes Sociales.
- Tipos y comparación de aplicaciones de gestión de información.
- Programas ofimáticos para tratamiento de información, procesos de datos, hojas de cálculo y bases de datos.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión del departamento.

#### **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:

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.
- Demostrar un buen hacer profesional.
- Finalizar el trabajo atendiendo a criterios de idoneidad, rapidez, economía y eficacia.
- Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.
- Mantener el área de trabajo con el grado apropiado de orden y limpieza.



- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.

## **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 “UC0263\_3: Participar en el desarrollo de acciones comerciales y reservas”, 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 desarrollar las actividades correspondientes con la planificación estratégica y la política de comunicación comercial propias de un alojamiento turístico, enfocado en el incremento de reservas en temporada baja y fidelización del cliente.

- 1.** Gestionar las reservas de habitaciones y demás servicios ofertados.
- 2.** Participar en acciones y campañas comerciales.
- 3.** Ejecutar actividades comerciales.

#### **Condiciones adicionales:**

- Se dispondrá de la información requerida para el desarrollo de la situación profesional de evaluación: Datos acerca del



mercado, producto, precio y canales de distribución. Bases de datos y directorios. Informes y listados. Materiales de promoción: folletos, catálogos, etc. Informaciones facilitadas por los clientes. El cliente oculto. Información interna referente a políticas y programas de la empresa y a procesos, procedimientos y métodos de operación. Información interdepartamental y jerárquica. Formularios de reservas.

- 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.**

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 de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores de desempeño competente</i>
<i>Efectividad en la gestión de reservas de habitaciones y demás servicios ofertados.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Obtención de la Información relativa a las pautas de actuación, política comercial, reglamentación, tarifas, reservas y de toda la oferta del establecimiento.</li><li>- Cumplimentación de formularios de forma manual e informatizada.</li><li>- Gestión de reservas en función de la modalidad y la categoría del establecimiento.</li><li>- Tramitación de la información.</li><li>- Comunicación con el personal y/o departamentos implicados.</li></ul>

	<p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>
<p><i>Eficiencia en la participación de acciones y campañas comerciales.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recopilación de información de los servicios ofertados.</li><li>- Obtención de datos reales derivados de la estrategia comercial y de marketing.</li><li>- Información de los costos de intermediación y las comisiones de reservas.</li><li>- Identificación de elementos clave de las campañas de promoción y fidelización.</li><li>- Propuesta de actividades de promoción y comercialización en función del mercado potencial.</li><li>- Organización de los recursos relativos a las acciones comerciales.</li><li>- Implementación de las acciones definidas en los planes comerciales.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<p><i>Eficacia en la ejecución de actividades comerciales.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gestión de medios técnicos y herramientas de comunicación e información con los clientes y con el entorno.</li><li>- Adaptación de nuevas herramientas o medios tecnológicos.</li><li>- Implementación de los contenidos y las líneas de comunicación.</li><li>- Selección de medios de comunicación como: entornos web, redes sociales y otros.</li><li>- Recopilación de datos históricos (comunicación y comportamiento de la empresa).</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<p><i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i></p>	<p><i>El desempeño competente permite sobrepasar el tiempo asignado hasta en un 20%</i></p>
<p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i></p>	

## Escala A

4

*Para participar en las acciones y campañas comerciales organizadas por el establecimiento, recopila información de los servicios ofertados de la entidad y de la competencia a través de los*



	<p><i>canales de distribución, obteniendo información de sus diferenciales y posición competitiva. Obtiene datos reales relativos a la gestión de los servicios ofertados, a través del análisis y estudio de la estrategia comercial y de marketing, identificando los costos de intermediación y las comisiones de reservas. Identifica los elementos clave de las campañas de promoción y fidelización transmitiendo propuestas de mejora. Propone actividades de promoción y comercialización en función del mercado potencial de acuerdo con los objetivos fijados. Organiza dentro de su ámbito de responsabilidad los recursos para ejecutar las acciones comerciales propuestas, con criterios de eficiencia y eficacia, utilizando los canales directos e indirectos de comunicación. Implementa las acciones definidas en los planes comerciales, de acuerdo con los objetivos y métodos fijados.</i></p>
<b>3</b>	<p><i>Para participar en las acciones y campañas comerciales organizadas por el establecimiento, recopila información de los servicios ofertados de la entidad y de la competencia a través de los canales de distribución, obteniendo información de sus diferenciales y posición competitiva. Obtiene datos reales relativos a la gestión de los servicios ofertados, a través del análisis y estudio de la estrategia comercial y de marketing, identificando los costos de intermediación y las comisiones de reservas. Identifica los elementos clave de las campañas de promoción y fidelización transmitiendo propuestas de mejora. Propone actividades de promoción y comercialización en función del mercado potencial de acuerdo con los objetivos fijados. Organiza dentro de su ámbito de responsabilidad los recursos para ejecutar las acciones comerciales propuestas, con criterios de eficiencia y eficacia, utilizando los canales directos e indirectos de comunicación. Implementa las acciones definidas en los planes comerciales, de acuerdo con los objetivos y métodos fijados, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p>
<b>2</b>	<p><i>Para participar en las acciones y campañas comerciales organizadas por el establecimiento, recopila información de los servicios ofertados de la entidad y de la competencia a través de los canales de distribución, obteniendo información de sus diferenciales y posición competitiva. Obtiene datos reales relativos a la gestión de los servicios ofertados, a través del análisis y estudio de la estrategia comercial y de marketing, identificando los costos de intermediación y las comisiones de reservas. Identifica los elementos clave de las campañas de promoción y fidelización transmitiendo propuestas de mejora. Propone actividades de promoción y comercialización en función del mercado potencial de acuerdo con los objetivos fijados. Organiza dentro de su ámbito de responsabilidad los recursos para ejecutar las acciones comerciales propuestas, con criterios de eficiencia y eficacia, utilizando los canales directos e indirectos de comunicación. Implementa las acciones definidas en los planes comerciales, de acuerdo con los objetivos y métodos fijados, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
<b>1</b>	<p><i>No participa en acciones y campañas comerciales.</i></p>

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

### **Escala B**

<b>4</b>	<p><i>Para desarrollar la ejecución de actividades comerciales de acuerdo con la estrategia de comunicación de la empresa, gestiona los medios técnicos y herramientas de comunicación e información con los clientes y con el entorno de acuerdo a los protocolos establecidos. Adapta el manejo de las nuevas herramientas o medios tecnológicos a la estrategia de la empresa y al plan</i></p>
----------	--

	<p><i>comercial. Implementa los contenidos y las líneas de comunicación, antes de la llegada, durante la estancia del cliente y en la postventa de los servicios contratados, contribuyendo a la estrategia de fidelización. Selecciona los medios de comunicación como: entornos web, redes sociales y otros, utilizando los más acordes a las situaciones planteadas. Recopila datos históricos (comunicación y comportamiento de la empresa), elaborando y tramitando informes u otros documentos requeridos.</i></p>
3	<p><i>Para desarrollar la ejecución de actividades comerciales de acuerdo con la estrategia de comunicación de la empresa, gestiona los medios técnicos y herramientas de comunicación e información con los clientes y con el entorno de acuerdo a los protocolos establecidos. Adapta el manejo de las nuevas herramientas o medios tecnológicos a la estrategia de la empresa y al plan comercial. Implementa los contenidos y las líneas de comunicación, antes de la llegada, durante la estancia del cliente y en la postventa de los servicios contratados, contribuyendo a la estrategia de fidelización. Selecciona los medios de comunicación como: entornos web, redes sociales y otros, utilizando los más acordes a las situaciones planteadas. Recopila datos históricos (comunicación y comportamiento de la empresa), elaborando y tramitando informes u otros documentos requeridos, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para desarrollar la ejecución de actividades comerciales de acuerdo con la estrategia de comunicación de la empresa, gestiona los medios técnicos y herramientas de comunicación e información con los clientes y con el entorno de acuerdo a los protocolos establecidos. Adapta el manejo de las nuevas herramientas o medios tecnológicos a la estrategia de la empresa y al plan comercial. Implementa los contenidos y las líneas de comunicación, antes de la llegada, durante la estancia del cliente y en la postventa de los servicios contratados, contribuyendo a la estrategia de fidelización. Selecciona los medios de comunicación como: entornos web, redes sociales y otros, utilizando los más acordes a las situaciones planteadas. Recopila datos históricos (comunicación y comportamiento de la empresa), elaborando y tramitando informes u otros documentos requeridos, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i></p>
1	<p><i>No desarrolla con eficacia la ejecución de actividades comerciales de acuerdo con la estrategia de comunicación de la empresa.</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.**

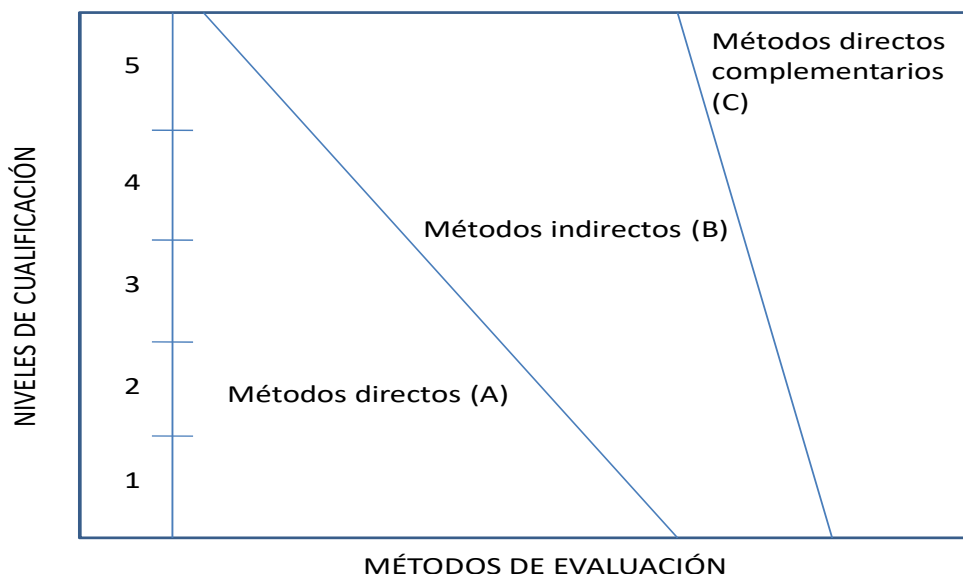
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de integración cultural, entre otras. 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 formal y no tenga experiencia en el proceso de Participar en el desarrollo de acciones



comerciales y reservas, 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 o una 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 sus competencias conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a 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. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- 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 comuniquen 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:

Facilitar un plan de trabajo a seguir y toda la información relacionada con la estrategia comercial y el plan de marketing del establecimiento.

Facilitar equipos, programas, aplicaciones informáticas, las nuevas herramientas y demás medios tecnológicos que se adaptarán a una estrategia de empresa y al plan comercial.

Facilitar información simulada de clientes potenciales y de la competencia directa.

Proporcionar los medios útiles y necesarios para la resolución eficaz de las posibles contingencias por solventar como parte de la evaluación.

Se aconseja valorar del candidato los conocimientos técnicos y teóricos acorde con el nivel 3 que demuestren la competencia requerida por la SPE.