



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN  
Y FORMACIÓN PROFESIONAL



UNIÓN EUROPEA  
NextGenerationEU

SECRETARÍA GENERAL  
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS CUALIFICACIONES

## GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2482\_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ENOTURISMO**

**Código: HOT744\_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 UC2482\_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas.

### 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 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., 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. 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.**

- 1.1 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.
- 1.2 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.
- 1.3 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.
- 1.4 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.
- 1.5 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.
- 1.6 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.

**2. 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.**

- 2.1 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.

- 2.2 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.
- 2.3 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.
- 2.4 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.
- 2.5 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.
- 2.6 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.

### ***3. 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.***

- 3.1 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.
- 3.2 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.
- 3.3 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.
- 3.4 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.
- 3.5 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.

- 3.6 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.

**4. 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.**

- 4.1 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.
- 4.2 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.
- 4.3 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.
- 4.4 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.
- 4.5 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. - Mantelillos de cata. - Fichas de cata, entre otros.
- 4.6 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.
- 4.7 Las adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, se revisan, verificando su idoneidad, para que puedan mejorar la experiencia enoturística.

**5. 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.**

- 5.1 Los turistas se reciben en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual.
- 5.2 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.
- 5.3 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.
- 5.4 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.
- 5.5 El pago de la actividad se comprueba, según características y formas de pago del servicio ofertado.
- 5.6 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.
- 5.7 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.

**6. 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.**

- 6.1 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.
- 6.2 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.
- 6.3 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.
- 6.4 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.
- 6.5 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. - Mantel de cata. - Fichas de cata, entre otros.

- 6.6 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.
- 6.7 La información sobre la adquisición de productos y experiencias enoturísticas 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.
- 6.8 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 auditorías.

## ***7. 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.***

- 7.1 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.
- 7.2 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.
- 7.3 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.
- 7.4 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.
- 7.5 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.

## ***8. 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.***

- 8.1 El estado emocional de los turistas, se evalúa, comprobando el disfrute lúdico de la experiencia enoturística y el programa establecido.
- 8.2 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.
- 8.3 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.
- 8.4 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 atractivas para los turistas.
- 8.5 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.
- 8.6 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.

## **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 **UC2482\_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

### ***1. Análisis del escenario en el que se desarrolla la actividad enoturística***

- Análisis del entorno en el que se enmarca la experiencia enoturística. Sistema DAFO o similar. Recopilación de información de interés sobre los recursos externos: área vitivinícola y DO, cultura y tradición vinícola en la zona, paisaje, clima, recursos turísticos y monumentales. Análisis de los recursos de la bodega: accesibilidad, comunicaciones, instalaciones, recorridos, elaboraciones, singularidades enológicas, entre otros. Detección de los puntos críticos y factores a mejorar en los recursos que ofrece la bodega para



configurar la oferta enoturística. Análisis de la competencia homóloga. Identificación de la filosofía y valores de la bodega para trasladarlos a las experiencias enoturísticas. Identificación de tendencias enoturísticas.

## **2. El diseño del catálogo de productos, actividades y experiencias enoturísticas**

- Análisis del perfil de la demanda enoturística. Categorización de productos y servicios en un catálogo o portfolio. Identificación de los elementos y recursos internos y externos en el desarrollo de una experiencia enoturística. Plasmación de recursos y elementos para desarrollar una experiencia enoturística en una ficha de actividad. Desarrollo del guion de una visita enoturística. Determinación del precio de actividades. Cotizaciones. Márgenes. Escandallos.

## **3. La imagen de marca enoturística. Diseño, promoción, retorno y análisis aplicado a la demanda**

- Imagen de marca: misión, visión y valores. Pautas para diseño del plan de marketing y su estrategia de comunicación. Diseño de un producto o experiencia enoturística teniendo en cuenta los valores e imagen de marca. Diseño y presupuesto del Plan de Marketing On line y Off line. Técnicas de comercialización de los productos y experiencias enoturísticas. Técnicas para monitorización y monetización de la imagen de marca y de acciones de promoción y distribución. Pautas para análisis y elaboración de informes resultante de la monitorización y monetización de la imagen de marca. Acciones de diseño y procesamiento de encuestas de satisfacción de los productos o servicios ofrecidos acorde a la imagen de marca. Elaboración de memoria anual que incluya el análisis de la imagen de marca.

## **4. Técnicas de comunicación, protocolo y atención al cliente del guía de enoturismo**

- Técnicas de acogida. Técnicas de comunicación orales (la voz y el lenguaje). Técnicas de comunicación escritas: creación de guiones de visita. Técnicas de comunicación no verbales: simbólicas y gestuales. Técnicas de protocolo. Protocolo institucional, empresarial y social. Gestión de tiempos de atención y gestión de agenda. Gestión de los medios de respuesta. Normativa en materia de protección al usuario. Organización de eventos enoturísticos y promocionales.

## **5. Viticultura y enología en la visita enoturística**

- La vid. Terruño: clima, suelo, variedades y gestión de la vid. Historia y cultura del vino. Elaboración del vino: vinificación y crianza de vinos blancos, dulces, rosados y tintos. Otros vinos: espumosos y generosos. El vino en España: zonas vinícolas y sus características. Normativa del vino en España. Las Rutas del Vino en España. El vino en el mundo: principales zonas vinícolas y sus características. Consumo de vino: salud y legislación alimentaria. Viticultura sostenible, ecológica o biodinámica.

## **6. La cata en la experiencia enoturística**

- La cata en la experiencia enoturística: tipos de cata. Preparación del análisis sensorial. Fases de la cata: aspecto, nariz y boca. Redacción de fichas de cata. Almacenamiento y servicio de vino. Menaje y útiles de degustación. Vino y comida: el maridaje.

### **7. La evaluación de la experiencia enoturística**

- Identificar documentación de protección de datos de acuerdo a los protocolos de privacidad de la empresa y/o bodega. Técnicas de evaluación utilizando encuestas de calidad y herramientas externas. Acciones de comunicación y de servicios complementarios como club de vinos, entre otros. Redacción de memorias de evaluación en base a técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de información obtenida. Acciones de fidelización del turista. Análisis cualitativo y cuantitativo de las encuestas. Adaptar los modelos y sistemas de recogida de datos que afectan al cliente durante la experiencia enoturística para adaptarlos a la normativa aplicable en función de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).

### **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.
- Proponerse objetivos retadores que supongan un nivel de rendimiento y eficacia superior al alcanzado previamente.
- Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.
- Demostrar un buen hacer profesional.
- Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora y sensible hacia los demás.
- Tratar al cliente con cortesía, respeto y discreción.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.
- Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.
- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.

## **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 “UC2482\_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas”, 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 servicios de experiencias enoturísticas, cumpliendo la normativa relativa a protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

- 1.** Definir el catálogo de productos y experiencias, así como el escenario en el que se desarrolla la actividad.
- 2.** Seleccionar los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas.
- 3.** Desarrollar la logística de recepción de turistas.
- 4.** Iniciar la experiencia evaluando los resultados.

#### ***Condiciones adicionales:***

- 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>Eficacia en la definición del catálogo de productos y experiencias, así como el escenario en el que se desarrolla la actividad.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Determinación del entorno de la bodega.</li><li>- Determinación de los productos de venta en la vinoteca, oferta vitivinícola y enoturística del entorno.</li><li>- Determinación de itinerarios, productos y experiencias, objetivos cualitativos y cuantitativos.</li><li>- Análisis del grado de adaptación a los requerimientos de los turistas.</li><li>- Diseño del catálogo de productos y experiencias enoturísticas.</li><li>- Establecimiento de las tarifas de los servicios y experiencias.</li><li>- Diseño de los documentos de apoyo.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Exactitud en la selección de los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Selección del listado de canales.</li><li>- Adaptación del producto o la experiencia al canal de distribución seleccionado.</li><li>- Ajuste del diseño del producto o experiencia a los valores de la bodega y/o empresa organizadora.</li><li>- Monitorización/monetización del retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega.</li><li>- Recogida de los resultados obtenidos.</li><li>- Inclusión de los métodos estandarizados de los resultados obtenidos.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

<p><i>Precisión en el desarrollo de la logística de recepción de turistas.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Organización de la agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas.</li><li>- Gestión del personal.</li><li>- Preparación de la cata.</li><li>- Revisión de los espacios y propuestas de venta.</li><li>- Recepción de los turistas.</li><li>- Corroboración del programa de la visita con los turistas.</li><li>- Exposición de los protocolos de actuación.</li><li>- Adaptación del itinerario y las actividades.</li><li>- Comprobación del pago de la actividad.</li><li>- Evaluación del nivel de conocimiento de la actividad, así como las aptitudes de cada turista y visitante.</li><li>- Trasmisión de las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>
<p><i>Eficiencia en el inicio de la experiencia evaluando los resultados.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aseguración del desarrollo de la experiencia enoturística.</li><li>- Cata de los vinos, licores y destilados.</li><li>- Indicación de la información sobre la adquisición de productos y experiencias.</li><li>- Entrega de las encuestas de satisfacción a los turistas.</li><li>- Inclusión de la aceptación de datos y de envío de noticias y novedades.</li><li>- Comprobación de la consecución de los objetivos.</li><li>- Redacción de los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos.</li><li>- Trasmisión de la información a la bodega y/o empresa organizadora.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala D.</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 25%</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	<p><i>Para definir el catálogo de productos y experiencias, así como el escenario en el que se desarrolla la actividad, determina el entorno de la bodega, con el fin de identificar el entorno de actuación. Determina los productos de venta en la vinoteca, oferta vitivinícola y enoturística del entorno, construyendo afinidad entre la bodega y/o empresa organizadora, entorno y demandas del turista. Determina itinerarios, productos y experiencias, objetivos cualitativos y cuantitativos, comprobando los parámetros de fidelización de la cultura corporativa de la empresa y planteando actuaciones anuales y sistemas de control. Analiza el grado de adaptación a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones especiales, proponiendo alternativas que puedan mejorar la experiencia. Diseña el catálogo de productos y experiencias enoturísticas, teniendo en cuenta el perfil del turista y los recursos del entorno y de la propia bodega y/o empresa organizadora. Establece las tarifas de los servicios y experiencias, definiendo los componentes de la oferta de productos y experiencias teniendo en cuenta todas las características de los mismos. Diseña los documentos de apoyo, asegurando el desarrollo de la actividad y valoración posterior.</i></p>
3	<p><i>Para definir el catálogo de productos y experiencias, así como el escenario en el que se desarrolla la actividad, determina el entorno de la bodega, con el fin de identificar el entorno de actuación. Determina los productos de venta en la vinoteca, oferta vitivinícola y enoturística del entorno, construyendo afinidad entre la bodega y/o empresa organizadora, entorno y demandas del turista. Determina itinerarios, productos y experiencias, objetivos cualitativos y cuantitativos, comprobando los parámetros de fidelización de la cultura corporativa de la empresa y planteando actuaciones anuales y sistemas de control. Analiza el grado de adaptación a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones especiales, proponiendo alternativas que puedan mejorar la experiencia. Diseña el catálogo de productos y experiencias enoturísticas, teniendo en cuenta el perfil del turista y los recursos del entorno y de la propia bodega y/o empresa organizadora. Establece las tarifas de los servicios y experiencias, definiendo los componentes de la oferta de productos y experiencias teniendo en cuenta todas las características de los mismos. Diseña los documentos de apoyo, asegurando el desarrollo de la actividad y valoración posterior, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para definir el catálogo de productos y experiencias, así como el escenario en el que se desarrolla la actividad, determina el entorno de la bodega, con el fin de identificar el entorno de actuación. Determina los productos de venta en la vinoteca, oferta vitivinícola y enoturística del entorno, construyendo afinidad entre la bodega y/o empresa organizadora, entorno y demandas del turista. Determina itinerarios, productos y experiencias, objetivos cualitativos y cuantitativos, comprobando los parámetros de fidelización de la cultura corporativa de la empresa y planteando actuaciones anuales y sistemas de control. Analiza el grado de adaptación a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones especiales, proponiendo alternativas que puedan mejorar la experiencia. Diseña el catálogo de productos y experiencias enoturísticas, teniendo en cuenta el perfil del turista y los recursos del entorno y de la propia bodega y/o empresa organizadora. Establece las tarifas de los servicios y experiencias, definiendo los componentes de la oferta de productos y experiencias teniendo en cuenta todas las características de los mismos. Diseña los documentos de apoyo, asegurando el desarrollo de la actividad y valoración posterior, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No define el catálogo de productos y experiencias, ni el escenario en el que se desarrolla la actividad.</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 seleccionar los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas, selecciona el listado de canales, valorando la relación entre canal de distribución, y turista y visitante objetivo. Adapta el producto o la experiencia al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado. Ajusta el diseño del producto o experiencia a los valores de la bodega y/o empresa organizadora, asegurando la coherencia. Monitoriza/monetiza el retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados. Recoge los resultados obtenidos, utilizando métodos estandarizados, para evaluar sistemáticamente los resultados del canal elegido y ver el impacto ante futuras acciones. Incluye los métodos estandarizados de los resultados obtenidos, en las memorias anuales de distribución, comercialización y comunicación de la empresa enoturística, siendo referente para planificaciones estratégicas.</i></p>
3	<p><i>Para seleccionar los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas, selecciona el listado de canales, valorando la relación entre canal de distribución, y turista y visitante objetivo. Adapta el producto o la experiencia al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado. Ajusta el diseño del producto o experiencia a los valores de la bodega y/o empresa organizadora, asegurando la coherencia. Monitoriza/monetiza el retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados. Recoge los resultados obtenidos, utilizando métodos estandarizados, para evaluar sistemáticamente los resultados del canal elegido y ver el impacto ante futuras acciones. Incluye los métodos estandarizados de los resultados obtenidos, en las memorias anuales de distribución, comercialización y comunicación de la empresa enoturística, siendo referente para planificaciones estratégicas, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para seleccionar los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas, selecciona el listado de canales, valorando la relación entre canal de distribución, y turista y visitante objetivo. Adapta el producto o la experiencia al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado. Ajusta el diseño del producto o experiencia a los valores de la bodega y/o empresa organizadora, asegurando la coherencia. Monitoriza/monetiza el retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados. Recoge los resultados obtenidos, utilizando métodos estandarizados, para evaluar sistemáticamente los resultados del canal elegido y ver el impacto ante futuras acciones. Incluye los métodos estandarizados de los resultados obtenidos, en las memorias anuales de distribución, comercialización y comunicación de la empresa enoturística, siendo referente para planificaciones estratégicas, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No selecciona los canales de distribución de productos y de experiencias enoturísticas.</i></p>

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

## Escala C

4	<p><i>Para desarrollar la logística de recepción de turistas, organiza la agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas en función de la oferta de la bodega y/o empresa, teniendo en cuenta que se cumplan los objetivos y la satisfacción del turista. Gestiona al personal, comprobando las instalaciones y el entorno de la bodega y evaluando el material de apoyo. Prepara la cata, comprobando que los soportes físicos que intervienen en la misma, favorezcan el disfrute de la misma. Revisa los espacios y propuestas de venta, comprobando que los stocks de productos a ofertar y realizando las adaptaciones pertinentes. Recibe a los turistas en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual. Corroboración el programa de la visita con los turistas, comprobando que la información y cumplimiento de la misma corresponde al producto contratado. Expone los protocolos de actuación, de manera que el objetivo de seguridad y disfrute lúdico se cumpla. Adapta el itinerario y las actividades, en función de movilidad, sus preferencias y expectativas. Comprueba el pago de la actividad. Evalúa el nivel de conocimiento de la actividad, así como las aptitudes de cada turista y visitante, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora. Transmite las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega, aconsejando e informando sobre las mismas, en función del perfil y preferencias del turista.</i></p>
3	<p><i>Para desarrollar la logística de recepción de turistas, organiza la agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas en función de la oferta de la bodega y/o empresa, teniendo en cuenta que se cumplan los objetivos y la satisfacción del turista. Gestiona al personal, comprobando las instalaciones y el entorno de la bodega y evaluando el material de apoyo. Prepara la cata, comprobando que los soportes físicos que intervienen en la misma, favorezcan el disfrute de la misma. Revisa los espacios y propuestas de venta, comprobando que los stocks de productos a ofertar y realizando las adaptaciones pertinentes. Recibe a los turistas en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual. Corroboración el programa de la visita con los turistas, comprobando que la información y cumplimiento de la misma corresponde al producto contratado. Expone los protocolos de actuación, de manera que el objetivo de seguridad y disfrute lúdico se cumpla. Adapta el itinerario y las actividades, en función de movilidad, sus preferencias y expectativas. Comprueba el pago de la actividad. Evalúa el nivel de conocimiento de la actividad, así como las aptitudes de cada turista y visitante, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora. Transmite las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega, aconsejando e informando sobre las mismas, en función del perfil y preferencias del turista, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para desarrollar la logística de recepción de turistas, organiza la agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas en función de la oferta de la bodega y/o empresa, teniendo en cuenta que se cumplan los objetivos y la satisfacción del turista. Gestiona al personal, comprobando las instalaciones y el entorno de la bodega y evaluando el material de apoyo. Prepara la cata, comprobando que los soportes físicos que intervienen en la misma, favorezcan el disfrute de la misma. Revisa los espacios y propuestas de venta, comprobando que los stocks de productos a ofertar y realizando las adaptaciones pertinentes. Recibe a los turistas en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual. Corroboración el programa de la visita con los turistas, comprobando que la información y cumplimiento de la misma corresponde al producto contratado. Expone los protocolos de actuación, de manera que el objetivo de seguridad y disfrute lúdico se cumpla. Adapta el itinerario y las actividades, en función de movilidad, sus preferencias y expectativas. Comprueba el pago de la actividad. Evalúa el nivel de conocimiento de la actividad, así como las aptitudes de cada turista y visitante, adaptando la terminología y la transmisión de información de</i></p>



	<i>manera empática y motivadora. Transmite las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega, aconsejando e informando sobre las mismas, en función del perfil y preferencias del turista, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No desarrolla la logística de recepción de turistas.</i>

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

### Escala D

4	<i>Para iniciar la experiencia evaluando los resultados, asegura el desarrollo de la experiencia enoturística, comprobando el cumplimiento del programa estableciendo una comunicación eficaz, clara e inmersiva incorporando elementos enriquecedores a la experiencia. Cata los vinos, licores y destilados, según las condiciones de servicio contratado, asegurando la presencia del material físico necesario y el disfrute de la experiencia. Indica la información sobre la adquisición de productos y experiencias, asesorando al turista para que la acción le resulte satisfactoria. Entrega las encuestas de satisfacción a los turistas, recopilando sus opiniones y sugerencias, con el fin de obtener información de evaluación para futuras mejoras de acuerdo con la legislación de protección de datos. Incluye la aceptación de datos y de envío de noticias y novedades, por los canales diseñados, procurando el respeto al interés del turista, gestionando los servicios complementarios. Comprueba la consecución de los objetivos, corroborando el disfrute de la experiencia teniendo en cuenta su estado emocional. Redacta los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando los resultados para el análisis de diseños y actuaciones comerciales. Transmite la información a la bodega y/o empresa organizadora, mediante memorias de evaluación periódicas, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores.</i>
3	<i>Para iniciar la experiencia evaluando los resultados, asegura el desarrollo de la experiencia enoturística, comprobando el cumplimiento del programa estableciendo una comunicación eficaz, clara e inmersiva incorporando elementos enriquecedores a la experiencia. Cata los vinos, licores y destilados, según las condiciones de servicio contratado, asegurando la presencia del material físico necesario y el disfrute de la experiencia. Indica la información sobre la adquisición de productos y experiencias, asesorando al turista para que la acción le resulte satisfactoria. Entrega las encuestas de satisfacción a los turistas, recopilando sus opiniones y sugerencias, con el fin de obtener información de evaluación para futuras mejoras de acuerdo con la legislación de protección de datos. Incluye la aceptación de datos y de envío de noticias y novedades, por los canales diseñados, procurando el respeto al interés del turista, gestionando los servicios complementarios. Comprueba la consecución de los objetivos, corroborando el disfrute de la experiencia teniendo en cuenta su estado emocional. Redacta los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando los resultados para el análisis de diseños y actuaciones comerciales. Transmite la información a la bodega y/o empresa organizadora, mediante memorias de evaluación periódicas, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para iniciar la experiencia evaluando los resultados, asegura el desarrollo de la experiencia enoturística, comprobando el cumplimiento del programa estableciendo una comunicación eficaz,</i>

	<p><i>clara e inmersiva incorporando elementos enriquecedores a la experiencia. Cata los vinos, licores y destilados, según las condiciones de servicio contratado, asegurando la presencia del material físico necesario y el disfrute de la experiencia. Indica la información sobre la adquisición de productos y experiencias, asesorando al turista para que la acción le resulte satisfactoria. Entrega las encuestas de satisfacción a los turistas, recopilando sus opiniones y sugerencias, con el fin de obtener información de evaluación para futuras mejoras de acuerdo con la legislación de protección de datos. Incluye la aceptación de datos y de envío de noticias y novedades, por los canales diseñados, procurando el respeto al interés del turista, gestionando los servicios complementarios. Comprueba la consecución de los objetivos, corroborando el disfrute de la experiencia teniendo en cuenta su estado emocional. Redacta los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando los resultados para el análisis de diseños y actuaciones comerciales. Transmite la información a la bodega y/o empresa organizadora, mediante memorias de evaluación periódicas, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No inicia la experiencia evaluando los resultados.</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.

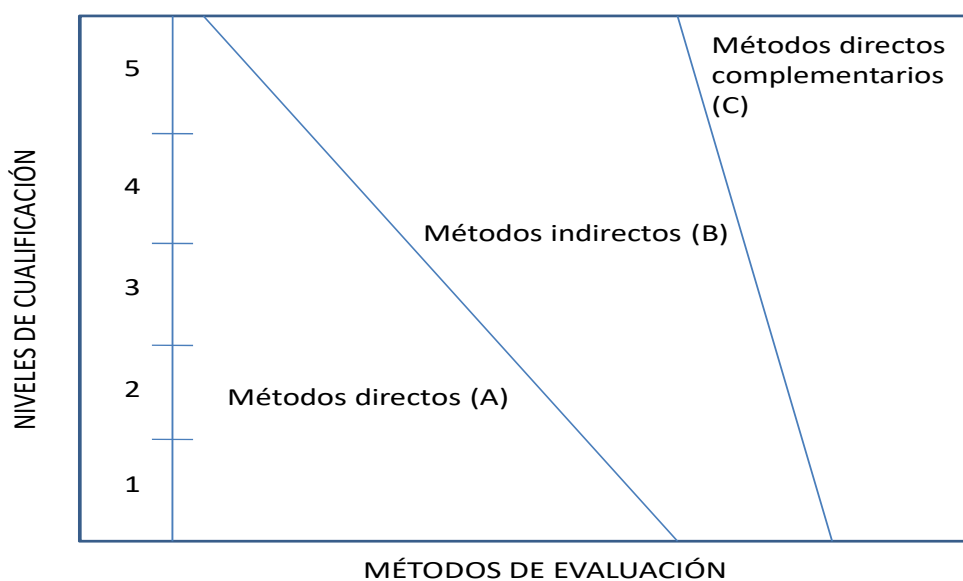
### 2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

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:

- 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 Planificar y determinar el proceso de decoración de vidrio mediante aplicaciones de color, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la
- 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 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



UNIÓN EUROPEA  
NextGenerationEU

mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.