



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE



FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

SECRETARÍA DE ESTADO DE
EDUCACIÓN, FORMACIÓN
PROFESIONAL Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL
DE LAS CUALIFICACIONES

GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: VENTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Código: HOT095_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 UC0266_3: Venta de servicios productos turísticos y viajes.

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 principales y secundarias que intervienen en la gestión de los servicios y los productos turísticos ofertados en agencias de viajes y en otros operadores del mercado turístico, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

- 1. Informar al cliente sobre los productos y/o servicios turísticos solicitados, asesorándole en función de sus preferencias, posibilidades y por proveedores preferentes.***



- 1.1 Identificar las expectativas y demandas del cliente sobre destinos, servicios y productos turísticos y tarifas, atendiendo a sus demandas informativas.
- 1.2 Determinar las opciones disponibles que satisfagan los requerimientos y expectativas del cliente, utilizando los soportes y los medios disponibles de acceso a la información solicitada y potenciando el interés de compra.
- 1.3 Asesorar al cliente sobre las opciones disponibles, aconsejándole las que mejor se adapten a sus necesidades y facilitándolas por proveedores preferentes.
- 1.4 Concretar los precios o tarifas y los cargos adicionales aplicables al producto y/o servicio turístico seleccionado por el cliente, de forma precisa y completa.
- 1.5 Registrar los datos del cliente y la información aportada en el soporte previsto para ello para efectuar, según el procedimiento establecido.

2. Gestionar la reserva y venta de productos y/o servicios turísticos, en función de las expectativas del cliente y de los objetivos económicos de la entidad turística.

- 2.1 Identificar las motivaciones del cliente durante su solicitud de información sobre servicios y productos turísticos, prestándole la debida atención y registrando los datos del cliente y de la información requerida por él en el soporte establecido para ello.
- 2.2 Asesorar al cliente sobre las opciones disponibles que mejor se adapten a sus expectativas, preferencias y posibilidades, organizadas por proveedores preferentes para la obtención de rendimientos óptimos para la empresa.
- 2.3 Concretar los precios o tarifas y los cargos adicionales aplicables al producto y/o servicio turístico elegido por el cliente, de forma precisa y completa.
- 2.4 Efectuar la reserva de los servicios y/o productos turísticos elegidos por el cliente, ofertándole opciones alternativas en caso de no-confirmación de reserva por parte del proveedor.
- 2.5 Notificar al cliente las situaciones que puedan plantearse en los casos que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva, informándole en los plazos acordados.
- 2.6 Registrar todos los datos de la operación solicitada o confirmada de reserva, en el soporte establecido y notificando al cliente las fechas límite para la emisión de los documentos de confirmación o pago de los servicios contratados.
- 2.7 Notificar al cliente el importe que debe abonar en concepto de depósito o anticipo del servicio y/o producto turístico reservado, confirmando la modalidad de pago que se va a utilizar.
- 2.8 Formalizar los documentos inherentes para cada servicio y/o producto turístico vendido, adjuntándoles la documentación complementaria prevista para los proveedores o para su entrega al cliente.
- 2.9 Distribuir las copias de la documentación emitida a sus correspondientes destinos, estableciendo referencias con los soportes de las ventas y con otros documentos previstos en los diferentes procedimientos.
- 2.10 Entregar al cliente toda la documentación y el material adicional correspondiente al producto y/o servicio turístico contratado, en los plazos y en los términos fijados con el mismo.
- 2.11 Solicitar a los clientes su colaboración para que manifiesten su opinión con los servicios recibidos, entregándoles cuestionarios de satisfacción y motivándolos para rellenarlos.
- 2.12 Atender las quejas o reclamaciones de los clientes, con amabilidad, máxima discreción, cumpliendo la normativa vigente y tomando las medidas oportunas para su resolución.



- 2.13 Registrar la venta del servicio y/o producto turístico contratado y de toda la documentación administrativa relativa al proceso, procediendo al cierre de la operación.

3. Promocionar la oferta de servicios y productos turísticos de la entidad, a partir del conocimiento directo del cliente y sus expectativas y en función de la ofertada por la competencia.

- 3.1 Crear bases de datos de clientes actuales y potenciales de servicios y/o productos turísticos, incorporando información sobre sus preferencias, demandas, niveles de gasto y otras de interés comercial.
- 3.2 Obtener información de la oferta de servicios y la política y directrices comerciales de la entidad turística en relación con sus competidores, determinado los diferenciales positivos y su posición competitiva.
- 3.3 Programar acciones de promoción de la oferta turística de la entidad encaminadas a fidelizar a los clientes actuales y a captar nuevos clientes, desarrollando los elementos de soporte más idóneos.
- 3.4 Ejecutar las acciones diseñadas de promoción de la oferta turística:
- Efectuando un seguimiento de las acciones.
 - Evaluando el resultado obtenido.
 - Confeccionando los informes correspondientes.
- 3.5 Negociar acuerdos de prestación de servicios con clientes actuales o potenciales, dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad y de su marco de su responsabilidad.
- 3.6 Disponer los elementos de promoción organizados en las zonas concretas de exposición, con criterios de dinamismo y atracción para los viandantes y visitantes.

Desarrollar la actividad:

- Utilizando el medio de comunicación más eficaz para poder conseguir una buena interacción y comprensión con los clientes.
- Utilizando los soportes informativos y los medios de acceso a la información de forma eficiente y dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad turística y de su ámbito de responsabilidad.
- Cumpliendo o superando los estándares de calidad, conforme a los procedimientos e instrucciones establecidos y logrando la satisfacción de las expectativas de los clientes.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales principales y secundarias que intervienen en la UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Asesoramiento al cliente sobre los productos y/o servicios turísticos por él solicitados.

- La comunicación aplicada a la hostelería y al turismo:
 - La comunicación óptima en la atención al cliente.
 - Barreras que dificultan la comunicación.



- El lenguaje verbal y no verbal.
- Comunicación presencial, telefónica y telemática.
- La atención al cliente:
 - Actitud positiva y actitud pro-activa.
 - La empatía.
 - Los esfuerzos discrecionales.
- Tipología de clientes.
- El proceso decisorio.
 - Las expectativas de los clientes.
 - Técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio.
 - La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio.
 - Los estándares de calidad de un servicio.
 - Identificación de condiciones adversas a la calidad.
- Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. La protección de consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y Unión Europea
- Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal de los profesionales de agencias de viajes y de otras entidades de distribución turística.

2. Reserva y venta de productos y/o servicios turísticos.

- Los procesos de ventas:
 - Fases de la venta y técnicas aplicables.
 - Estrategias y técnicas de la negociación.
- Terminales de sistemas de distribución (GDS) y de aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes:
 - Los sistemas globales de distribución (GDS).
 - Estructura y funcionamiento.
 - Consulta, reserva, venta y emisión de documentos en tiempo real para los servicios de los proveedores de transportes aéreos, ferroviarios, marítimos, cadenas hoteleras, mayoristas y demás prestatarios turísticos.
- La distribución turística en Internet.
- Las agencias de viajes virtuales.
- Páginas Web y portales turísticos.
- Programas de ventas o "front office".
- Gestión de expedientes de servicios, hojas de cotización, fichas de clientes, bonos, entre otros.
- La venta de alojamiento:
 - Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes.
 - Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUA AV (Federación Universal de Agencias de Viajes).
 - Acuerdos y contratos.
 - Tipos de retribución en la venta de alojamiento.
 - Fuentes informativas de la oferta de alojamiento.
 - Identificación y uso.
 - Reservas directas e indirectas.
 - Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.
 - Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
 - Bonos de alojamiento.
 - Tipos y características.
 - Principales proveedores de alojamiento.
- La venta de transporte
 - El transporte aéreo regular.
 - El transporte por carretera regular.
 - El transporte marítimo regular.
 - El transporte marítimo.



- La venta de viajes combinados:
 - Términos de retribución.
 - Manejo de programas y folletos.
 - Procedimientos de reservas.
 - Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
 - Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
- Otras ventas y servicios de las agencias de viajes:
 - La venta de autos de alquiler. Tarifas y bonos.
 - La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
 - La venta de excursiones.
 - Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
 - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- Aplicación de cargos por gestión.

3. Promoción de los productos y de los servicios ofertados en la entidad turística.

- El Marketing y la promoción de ventas en las entidades de distribución turística:
 - El “Marketing” de servicios.
 - Segmentación del mercado.
 - El “mercado objetivo”.
 - El Marketing Mix.
 - Elementos.
 - Estrategias.
 - Políticas y directrices de marketing.
- El Plan de Marketing.
 - Características.
 - Fases de la de marketing.
 - Planificación de medios.
 - Elaboración del plan
- Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.
- Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.
- Normativa legal sobre bases de datos personales.
- Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.
- El merchandising:
 - Elementos de merchandising propios de la distribución turística.
 - Utilización del merchandising en las agencias de viajes.
- Las agencias de viajes virtuales:
 - Internet como canal de distribución turística
 - La venta en el último minuto.
 - Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)
 - Utilidades de los sistemas online: navegadores, correo electrónico, mensajería instantánea, entre otros.
 - Servidores online.
 - Páginas web de distribución turística y portales turísticos.
 - Medios de pago en Internet.
 - Conflictos y reclamaciones on line de clientes.

Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.

- El Turismo y la estructura del mercado turístico.
- La distribución turística:



- Intermediarios turísticos.
- Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.
- Centrales de reservas.
- Agencias de viajes. Tipos
- Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.
- La ley de Viajes Combinados.
- Las centrales de reservas. Tipos.
- La oferta turística:
 - Componentes.
 - Situación y tendencias.
 - Oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados.
 - Oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados.
 - El alojamiento como componente del producto turístico. Clasificación de los establecimientos de alojamiento.
 - Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes y turoperadores.
 - Principales proveedores de alojamiento.
 - Tipos de unidades de alojamiento y modalidades de estancia.
 - Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
 - Cadenas hoteleras.
- El transporte como componente del producto turístico:
 - Transporte por carretera:
 - Vías de comunicación.
 - Alquiler de automóviles.
 - Servicios de autocares.
 - Principales compañías.
 - Transporte por ferrocarril:
 - Tipos de trenes.
 - Principales líneas de ferrocarriles.
 - Emisión de billetes de transporte de ferrocarril.
 - Principales compañías.
 - Transporte acuático:
 - Puertos.
 - Modalidades y servicios en los transportes marítimos.
 - Principales compañías navieras.
 - Los cruceros marítimos y fluviales: compañías, rutas, tarifas.
 - Transporte aéreo:
 - Transporte aéreo comercial - Compañías aéreas regulares.
 - Tipos de servicios.
- Otros elementos y componentes de los viajes combinados, excursiones o traslados:
 - El transporte discrecional en autocar.
 - El alquiler de automóviles con y sin conductor.
 - Los servicios de acompañamiento y asistencia turística.
 - Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje.
- Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
- Principales destinos turísticos nacionales:
 - Turismo de sol y playa. Las playas españolas. Costas peninsulares
 - Turismo de naturaleza y turismo activo. Ecoturismo. Turismo rural. Los parques nacionales y naturales.
 - Actividades terrestres, acuáticas, aéreas, mixtas y de multiaventura.
 - Turismo cultural y religioso. Destinos e itinerarios del producto cultural y religioso de España.



- Turismo profesional en España.
- Turismo social y de salud.
- Principales destinos turísticos internacionales:
 - Principales destinos de Europa. Ciudades y costas.
 - Principales destinos turísticos en África: desierto, safaris, islas y playas.
 - Principales destinos de América del Norte. Ciudades y destinos de Naturaleza.
 - Principales destinos de América Central y América del Sur. Ciudades, destinos arqueológicos y destinos naturales.
 - Principales destinos de Oriente Próximo, Oriente Medio y Asia central.
 - Principales destinos de Oceanía. Australia, Nueva Zelanda e Islas del Pacífico.

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:

1. En relación con el entorno de trabajo deberá:

- 1.1 Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo referidas al asesoramiento a clientes y a la reserva y venta de servicios y productos turísticos.
- 1.2 Cumplir con el procedimiento establecido para la negociación de la venta de los productos y servicios turísticos.
- 1.3 Cumplir con el procedimiento establecido para la venta de los viajes combinados.
- 1.4 Adaptarse al ritmo de trabajo de la agencia de viaje.
- 1.5 Demostrar flexibilidad para afrontar diferentes situaciones de trabajo del agente de viaje.
- 1.6 Participar y colaborar activamente con el equipo humano del establecimiento.
- 1.7 Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora hacia los compañeros, responsable de oficina y propietarios de la agencia de viaje.
- 1.8 Proponer alternativas con el objetivo de mejorar el servicio prestado por la agencia de viajes.
- 1.9 Mantener el área de trabajo en orden y limpieza, optimizando espacio y ofreciendo una imagen empresarial perfecta.
- 1.10 Coordinar tareas para gestionar eficazmente los tiempos de trabajo.
- 1.11 Actuar con responsabilidad ante los éxitos, errores y fracasos.

2. En relación con la deontología de la profesión deberá:

- 2.1 Demostrar un buen hacer profesional como agente de viajes, en las modificaciones, en la resoluciones de contratos de viajes combinados, de servicios sueltos
- 2.2 Responsabilizarse en proyectar una buena imagen de la entidad a la que representa.
- 2.3 Desarrollar el trabajo con responsabilidad, asistiendo al cliente en los requerimientos derivados del asesoramiento y venta de la oferta de la entidad turística.
- 2.4 Sensibilizarse en la reposición de folletos e información de ofertas de los proveedores de los servicios.
- 2.5 Mantener el centro de trabajo y equipos informáticos en perfectos condiciones de uso.



- 2.6 Aprender y transmitir nuevos procedimientos o innovaciones relacionados con la actividad profesional de la agencia de viajes.
- 2.7 Compartir los objetivos de comercialización de la agencia de viajes, protegiendo y velando por los intereses del cliente.

3. En relación con el cliente deberá:

- 3.1 Demostrar cordialidad, amabilidad y actitud conciliadora hacia el cliente,
- 3.2 Utilizar la asertividad, la empatía, la sociabilidad y el respeto en el trato con los clientes.
- 3.3 Proyectar la imagen de la agencia de viajes para causar buena impresión a los clientes y por mantener esa impresión a lo largo del tiempo.
- 3.4 Demostrar interés por transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa al cliente.
- 3.5 Preocuparse por asesorar satisfactoriamente las peticiones de los clientes.
- 3.6 Actuar con rapidez y de forma eficaz en situaciones difíciles durante la reserva y venta de un viaje combinado o de un servicio suelto.

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 UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes, 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 efectuar la venta de un servicio o producto ofertado en una entidad turística en base a unas especificaciones previamente determinadas, tanto las referentes a los objetivos económicos de la entidad como las expectativas y necesidades del cliente. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:



1. Obtener información de la entidad turística, de su oferta y de las demandas del cliente.
2. Efectuar la venta del servicio y/o producto turístico solicitado.
3. Gestionar una queja o una sugerencia por parte de un cliente.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se deberá comprobar la capacidad de las persona candidata en respuesta a contingencias introduciendo una incidencia durante el proceso.
- 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>Obtención de información.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de los objetivos económicos de la entidad turística.- Identificación de la oferta turística de la entidad.- Identificación de las necesidades, expectativas y peculiaridades del cliente.- Determinación de las opciones disponibles que satisfagan los requerimientos y expectativas del cliente.- Concreción de los precios o tarifas y los cargos adicionales aplicables al producto y/o servicio turístico seleccionado por el cliente.- Registro de los datos del cliente y la información aportada en el soporte previsto para ello. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>



<p><i>Reserva y venta del servicio y/o producto turístico.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Reserva de los servicios y/o productos turísticos elegidos por el cliente.- Notificación al cliente de las situaciones que puedan plantearse en los casos que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva.- Registro de los datos de la operación solicitada o confirmada de reserva.- Notificación al cliente del importe que debe abonar en concepto de depósito o anticipo.- Formalización de los documentos para cada servicio y/o producto turístico vendido.- Distribución de las copias de la documentación emitida.- Entrega al cliente de la documentación y el material adicional correspondiente al producto y/o servicio turístico contratado.- Registro de la venta del servicio y/o producto turístico contratado y de la documentación administrativa relativa al proceso. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<p><i>Tratamiento de quejas/sugerencias.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Entrega de cuestionarios de satisfacción a los clientes para que manifiesten su opinión con los servicios recibidos.- Obtención de información sobre la compra del cliente.- Prestación de información al cliente, relativa a:<ul style="list-style-type: none">- Las condiciones concretas de la entidad turística.- Las condiciones de la oferta adquirida.- Las condiciones de tratamiento de quejas y reclamaciones previamente definidas.- Atención a la queja o sugerencia:<ul style="list-style-type: none">- Cumplimentación de la documentación adecuada.- Cumplimiento de la normativa vigente. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<p><i>Cumplimiento de las normas deontológicas, de conducta y de imagen personal del profesional de entidades de distribución turística.</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

5	<p>Para efectuar la venta del servicio y/o producto turístico solicitado por el cliente, utiliza los soportes y los medios disponibles de acceso a la información solicitada y le asesora sobre las opciones disponibles, aconsejándole las que mejor se adapten a sus necesidades, facilitándolas por proveedores preferentes. Efectúa la reserva de los servicios y/o productos turísticos seleccionados, ofertando al cliente opciones alternativas en caso de no-confirmación de reserva por parte del proveedor y le notifica las situaciones que puedan plantearse en los casos que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva. Confirma la modalidad de pago que se va a utilizar para abonar el depósito o anticipo del servicio y/o producto turístico reservado. Registra todos los datos de la operación y formaliza la documentación utilizando los medios y programas informáticos específicos del sector. Procede al cierre de la operación registrando la venta del servicio y/o producto turístico y toda la documentación administrativa relativa al proceso.</p>
4	<p>Para efectuar la venta del servicio y/o producto turístico solicitado por el cliente, utiliza los soportes y los medios disponibles de acceso a la información solicitada y le asesora sobre las opciones disponibles, aconsejándole las que mejor se adapten a sus necesidades, facilitándolas por proveedores preferentes. Efectúa la reserva de los servicios y/o productos turísticos seleccionados, ofertando al cliente opciones alternativas en caso de no-confirmación de reserva por parte del proveedor, pero no le notifica las situaciones que puedan plantearse en los casos que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva. Confirma la modalidad de pago que se va a utilizar para abonar el depósito o anticipo del servicio y/o producto turístico reservado. Registra todos los datos de la operación y formaliza la documentación utilizando los medios y programas informáticos específicos del sector. Procede al cierre de la operación registrando la venta del servicio y/o producto turístico y toda la documentación administrativa relativa al proceso.</p>
3	<p>Para efectuar la venta del servicio y/o producto turístico solicitado por el cliente, utiliza los soportes y los medios disponibles de acceso a la información solicitada y le asesora sobre las opciones disponibles, aconsejándole las que mejor se adapten a sus necesidades, facilitándolas por proveedores preferentes. Efectúa la reserva de los servicios y/o productos turísticos seleccionados, ofertando al cliente opciones alternativas en caso de no-confirmación de reserva por parte del proveedor, pero no le notifica las situaciones que puedan plantearse en los casos que deba esperarse respuesta a la solicitud de reserva. No confirma la modalidad de pago que se va a utilizar para abonar el depósito o anticipo del servicio y/o producto turístico reservado. No registra los datos de la operación ni formaliza la documentación. No utiliza los medios y programas informáticos específicos del sector. No efectúa el cierre de la operación.</p>
2	<p>Para efectuar la venta del servicio y/o producto turístico solicitado por el cliente, utiliza los soportes y los medios disponibles de acceso a la información solicitada y le asesora sobre las opciones disponibles, pero no le aconseja las que mejor se adaptan a sus necesidades. No efectúa la reserva de los servicios y/o productos turísticos seleccionados, ni oferta al cliente opciones alternativas en caso de no-confirmación de reserva por parte del proveedor. No confirma la modalidad de pago que se va a utilizar para abonar el depósito o anticipo del servicio y/o producto turístico reservado. No registra los datos de la operación ni formaliza la documentación. No utiliza los medios y programas informáticos específicos del sector. No efectúa el cierre de la operación.</p>
1	<p>No efectúa la venta del servicio y/o producto turístico solicitado por el cliente.</p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.



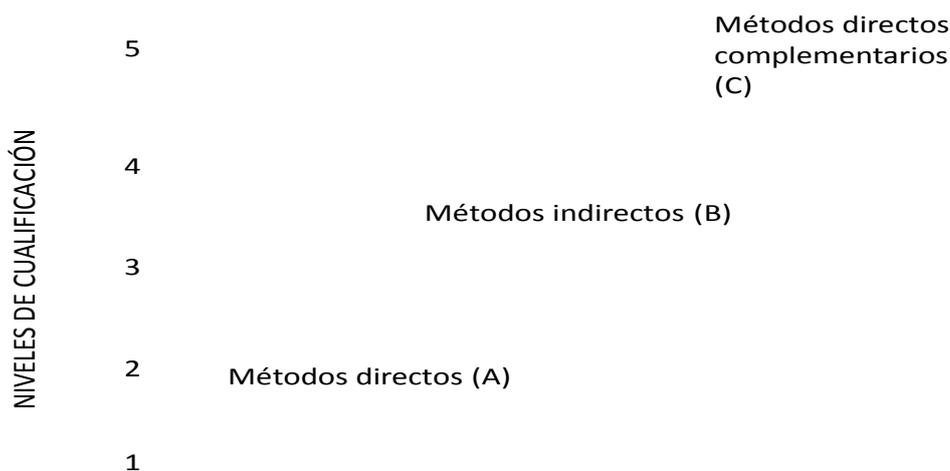
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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).



MÉTODOS DE EVALUACIÓN

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 gestionar los servicios y los productos turísticos ofertados en agencias de viajes y en otros operadores del mercado turístico, 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. En este nivel no siempre tiene importancia el dominio de destrezas manuales, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización, cumpliéndose 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 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 considerarán las siguientes orientaciones:
1. El tipo de de servicio y/o producto turístico al que hace referencia la SPE puede ser:
 - En territorio nacional y/o internacional.
 - En una época estacional determinada.
 - Para unos días concretos con unos horarios fijados.
 - Otras.
 2. Facilitar:
 - El acceso a Internet.
 - Los objetivos económicos de la entidad turística.
 - La oferta turística de la entidad.
 - Información sobre la solicitud del cliente y expectativas y peculiaridades.
 - Precios o tarifas y los cargos adicionales aplicables al producto y/o servicio turístico seleccionado por el cliente.
 - Y todo lo referente y necesario para la contextualización de la SPE.