



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

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

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Promoción turística local e información al visitante.

Código: HOT 336_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 UC 1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.

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

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

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

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

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales principales y secundarias que intervienen en la creación y promoción de servicios y productos turísticos del entorno local y que se indican a continuación:

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



1. Confeccionar estudios de mercado sobre la potencialidad de productos y servicios turísticos locales, en función de los recursos, servicios e infraestructuras de la zona y tendencias y demandas reales y potenciales.

- 1.1 Obtener información de fuentes turísticas del entorno local, identificando y seleccionando las más adecuadas y en función de las tendencias y demandas reales y potenciales del mercado.
- 1.2 Identificar la información seleccionada sobre la demanda turística actual y potencial del destino, posibilitando así la detección de oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.
- 1.3 Identificar los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, catalogándolos para disponer de la información básica para la creación del producto.
- 1.4 Identificar su posicionamiento en el mercado y sus productos y servicios turísticos desarrollados, a partir del análisis de los destinos competidores y las buenas prácticas.
- 1.5 Elaborar las conclusiones sobre su posicionamiento en el mercado, aplicando los métodos más adecuados para obtener un diagnóstico fiable.

2. Diseñar la oferta de productos y servicios turísticos locales, encaminada a rentabilizar los recursos existentes y en función de las expectativas de la demanda actual y potencial.

- 2.1 Identificar las posibilidades de explotación turística de su ámbito, en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible.
- 2.2 Determinar posibles alternativas de creación de productos o servicios turísticos o la mejora de los ya existentes, en función de los objetivos fijados por la organización, estimando su viabilidad comercial, técnica y financiera y encaminada a satisfacer las expectativas de la demanda actual y potencial.
- 2.3 Programar el desarrollo temporal de los productos y servicios turísticos propuestos, argumentando las estrategias de promoción más adecuadas para cada caso.
- 2.4 Evaluar la calidad de los productos o servicios turísticos locales, participando en la definición de los parámetros y criterios de evaluación y mediante la formulación de propuestas razonadas.
- 2.5 Elaborar informes con las conclusiones obtenidas y la información elaborada, trasladándolos a los superiores o responsables de la definición de la oferta turística de su ámbito, en el tiempo y forma establecidos.

3. Gestionar la oferta diseñada de productos y servicios turísticos locales, formulando las propuestas necesarias a las entidades, personas y servicios involucrados en su ámbito de actuación.

- 3.1 Programar las actuaciones requeridas para el desarrollo de los productos o servicios turísticos diseñados, de modo que resulten atractivos para su demanda potencial y se puedan comercializar.
- 3.2 Determinar la organización de los recursos humanos y materiales necesarios para su implementación, contribuyendo con su participación.



- 3.3 Formular una propuesta sobre las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales diseñados razonablemente.
- 3.4 Organizar, en su caso, las acciones informativas y formativas necesarias para que las entidades, personas y servicios involucrados tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados y adquieran la capacitación prevista para el desarrollo de los mismos, de modo que resulten atractivas.
- 3.5 Verificar que el producto o servicio turístico diseñado se desarrolla en tiempo y forma establecido, comprobando que se cumplen las especificaciones definidas.

4. Promocionar la oferta de productos y servicios turísticos locales.

- 4.1 Elaborar un informe con ideas y sugerencias de la definición de la acción turística promocional, encaminado a la consecución de los objetivos fijados y aportándolo a los responsables de la entidad en la zona acerca de:
 - Identificación y selección del público objetivo: demanda y operadores del mercado turístico.
 - Medios de comunicación, soportes y formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.
 - Actuaciones de promoción.
 - Participación en eventos de ámbito local, insular, provincial, nacional o internacional.
 - Diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.
- 4.2 Programar cada acción de promoción de productos y servicios turísticos locales, formulando propuestas acerca de:
 - Condiciones de participación, si es un acto externo a la entidad.
 - Planning temporal de acciones y programas.
 - Recursos humanos y materiales necesarios.
 - Competencias y funciones de cada persona, así como plazo y condiciones para su realización.
 - Planning horario del desarrollo de cada acto.
 - Proveedores que intervienen en el proceso de montaje, decoración u otros servicios para la realización del acto.
- 4.3 Asignar las acciones y tareas previstas en la programación al personal involucrado, previamente formado y asegurando la ejecución de las acciones de acuerdo con el programa establecido.
- 4.4 Efectuar las diferentes acciones promocionales de la oferta turística, facilitando información, distribuyendo materiales promocionales y atendiendo a peticiones específicas de clientes potenciales.
- 4.5 Controlar el desarrollo de la acción promocional, asegurándose de que ésta se realiza con arreglo a la programación prevista y de que se informa a las personas o departamentos correspondientes en el tiempo y forma establecidos.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC 1075_3: *Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales*. Estos conocimientos se presentan



agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. *Elaboración de estudios de mercado sobre la potencialidad de productos y servicios turísticos locales.*

- Fenómeno turístico:
 - Factores
 - Dinámica
 - Evolución de los flujos turísticos.
- La organización del sector:
 - marco jurídico,
 - marco económico,
 - marco social,
 - Administraciones Públicas competentes.
- Estudio de mercado.
- Oferta y demanda turística:
 - recursos,
 - servicios,
 - equipamientos,
 - productos turísticos.
- Selección de fuentes de información turísticas del entorno local.
- Proceso de gestión de la documentación turística obtenida:
 - diseño de soportes,
 - registro,
 - archivo,
 - actualización,
 - difusión e intercambio con otras redes de centros de información turística.
- Planes de ordenación territorial y su incidencia en el desarrollo turístico.
- Fuentes de información sobre:
 - oferta,
 - demanda,
 - estructura,
 - evolución y tendencias de los productos turísticos locales.
- Estudio de mercado:
 - Aplicación de técnicas de identificación y catalogación de recursos turísticos.
 - Investigación de mercados como instrumento de planificación en el sector.
 - Métodos cuantitativos y cualitativos.
 - Aplicaciones estadísticas.
 - Aplicación de técnicas de planificación estratégica de productos y destinos turísticos.
 - Posicionamiento estratégico frente a la competencia.



2. Diseño de la oferta de productos y servicios turísticos locales.

- Análisis comparativo y caracterización de los diferentes tipos de productos y servicios turísticos locales.
- Planificación estratégica del destino o zona turística:
 - Fases y ejecución,
 - Diseño y desarrollo de servicios.
- Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales:
 - oportunidad,
 - viabilidad y plan de ejecución,
 - financiación de proyectos,
 - gestión de proyectos.
- Operadores turísticos.
- Actuales vías de comercialización: compra directa por parte del cliente.
- Creación y desarrollo de productos y servicios turísticos locales:
 - caracterización de los diferentes tipos de productos
 - y servicios turísticos locales.
- Diseño y desarrollo de servicios turísticos.
- Gestión de las actividades a prestar por el centro de información turístico:
 - planificación,
 - programación,
 - control,
 - evaluación.
- Análisis de datos obtenidos a través de los indicadores establecidos.

3. Gestión de la oferta diseñada de productos y servicios turísticos locales.

- Instalaciones: estables y temporales.
- Procedimiento de difusión de la información del centro turístico.
- Documentación para la gestión económico-administrativa.
- Recursos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de información turística: materiales y humanos.
- Tipos de productos turísticos y servicios turísticos locales.
- Diseño y desarrollo de servicios.
- Sistema de servucción en el sector de hostelería y turismo: elementos, justificación e importancia de su uso.
- Organización y gestión de los almacén/es necesarios para la distribución de materiales necesarios.
- Equipamiento de un Centro de Información Turística. Instalaciones: estables y temporales.
- Proceso de la planificación de las necesidades de:
 - inversión,



- reposición,
- gestión de permisos,
- señalización,
- y, en su caso, almacenamiento, transporte y desmontaje de los recursos.
- Desarrollo turístico sostenible para planificadores locales:
 - aspectos económicos,
 - aspectos ambientales,
 - aspectos socioculturales.

4. Promoción de ofertas de productos y servicios turísticos locales.

- Demanda y operadores del mercado turístico.
- Planning temporal de acciones y programas.
- Acciones promocionales.
- Recursos humanos y materiales.
- Marketing turístico:
 - Marketing operacional y marketing mix en el sector de hostelería y turismo,
 - Marketing y comercio electrónico en el ámbito turístico,
 - Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas,
 - Marketing vivencial, sensorial o experiencial.
- Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales.
- Proyectos de comercialización de productos y servicios turísticos locales:
 - Estrategias y canales de distribución,
 - Ámbitos geográficos,
 - Públicos objetivos,
 - Canales de comunicación,
 - Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas.
- Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local:
 - identidad corporativa,
 - marca,
 - publicidad,
 - publicaciones,
 - relaciones públicas,
 - ferias turísticas,
 - encuentros profesionales, entre otros.
- Estimación de los costes, alcance y posibles resultados de las acciones definidas.
- Técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas al servicio de información turística.
- Técnicas protocolo e imagen personal.



- Tratamiento administrativo de reclamaciones y quejas.
- Seguros de viajes, visados, divisas y documentación bancaria.
- Atención y asesoramiento al público por distintas vías en sus demandas de información, reclamaciones o quejas presentadas.
- Información, especialmente del entorno local y en todo tipo de soportes, sobre mercados, destinos, productos, recursos y servicios turísticos, planos mapas.

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

- Oferta de productos y servicios turísticos locales.
- Mobiliario de oficina especialmente adaptado a las características del servicio.
- Pupitres de información para lugares estratégicos. Expositores de material informativo y promocional.
- Ediciones turísticas y, en su caso, material promocional y/o de venta, impresos y documentos administrativos.
- Información, especialmente del entorno local y en todo tipo de soportes, sobre mercados, destinos, productos, recursos y servicios turísticos, planos y mapas, entre otros.
- Informes de evaluación del servicio prestado.
- Centro de Información Turística del entorno local.
- Actividades o servicios a ofertar en el centro de información turística.
- Legislación en materia de información turística en España y en la Unión Europea.
- Informática aplicada a los Centros de información turística.
- Usuarios: clientes, visitantes y residentes.
- Informática aplicada a los Centros de Información Turística.
- Centros o redes de centros de información turística.
- Webs y portales turísticos.
- Alojamiento y posicionamiento de las páginas en la Red.

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. Respecto a la empresa:
 - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa y por el centro de información turística, así como por el conocimiento de la organización.
 - 1.2 Adaptarse a la empresa, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.3 Coordinarse y colaborar con los miembros del equipo y con otros trabajadores y profesionales.



- 1.4 Compartir los objetivos del centro de información y la responsabilidad de trabajo.
 - 1.5 Comunicarse de forma clara y concisa, con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en el centro de información y en la empresa.
 - 1.6 Demostrar autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con la gestión del centro de información turística.
 - 1.7 Controlar y supervisar el centro de información turística, estableciendo los recursos humanos y materiales, pudiendo prestar el servicio.
 - 1.8 Proponer mejoras para conseguir llevar a cabo una gestión innovadora del centro de información turística.
2. Respeto al cliente: (usuarios, turistas, entre otros):
- 2.1 Utilizar la asertividad, la empatía, la sociabilidad y el respeto en el trato.
 - 2.2 Capacidad de causar buena impresión en los otros y mantener esa impresión a lo largo del tiempo.
3. Respeto a la deontología profesional:
- 1.1 Actuar en el trabajo siempre de forma eficiente bajo cualquier presión exterior o estrés.
 - 1.2 Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para aplicarlos en el trabajo.
 - 1.3 Responsabilizarse del trabajo que se desarrolla y del cumplimiento de lo planificado.
 - 1.4 Respetar los procedimientos y normas internas de la empresa, así como las normas de prevención de riesgos laborales y medioambiente.

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 UC 1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales, tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para la creación y promoción de servicios y/o productos turísticos de una zona determinada del entorno local, utilizando programas informáticos específicos de la actividad y cumpliendo con la legislación turística general y particular. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Determinar la oferta de productos y/o servicios.
2. Gestionar la oferta de productos y/o servicios.
3. Establecer estrategias de promoción: acciones y programas.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá del material, equipamiento y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad de la persona candidata en respuesta a contingencias introduciendo una incidencia durante el proceso.
- Se asignará un tiempo total para que la persona 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>
Oferta de productos y/o servicios turísticos locales.	<ul style="list-style-type: none">- Obtención de información de fuentes turísticas del entorno local.- Selección de la información obtenida para la detección de oportunidades de creación y desarrollo de productos turísticos locales.- Catalogación de los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras.- Posicionamiento en el mercado de los productos y servicios de la oferta turística.- Identificación de las posibilidades de explotación turística de su ámbito en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible.- Propuestas sobre posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos.- Programación del desarrollo temporal de los productos y servicios turísticos propuestos.- Definición de los parámetros y criterios de evaluación de las acciones previstas. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
Gestión de la oferta de productos y/o servicios turísticos locales.	<ul style="list-style-type: none">- Programación de las acciones necesarias para el desarrollo de los productos o servicios turísticos diseñados.- Organización de los recursos humanos y materiales necesarios para su implementación.- Elaboración de propuesta sobre las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de los productos turísticos locales.- Organización de las acciones informativas y formativas necesarias para que las entidades, personas y servicios involucrados tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados.- Control, en tiempo y forma, del desarrollo de las acciones. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>



<p>Estrategias de promoción del producto turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación y selección del público objetivo: demanda y operadores del mercado turístico.- Selección de medios de comunicación, soportes y formas publicitarias.- Diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.- Programación temporal de las acciones de promoción- Determinación de recursos humanos y materiales necesarios.- Asignación de las acciones y tareas previstas al personal dependiente.- Operaciones de control del desarrollo de la acción promocional con arreglo a la programación prevista. <p><i>El umbral de desempeño competente, requiere el cumplimiento total del procedimiento establecido.</i></p>
<p>Cumplimiento de la normativa aplicable de seguridad, higiene y salud y la normativa aplicable medioambiental.</p>	<p><i>El umbral de desempeño competente, requiere el cumplimiento total del procedimiento establecido.</i></p>
<p>Cumplimiento del tiempo establecido en función del empleado por un o una profesional.</p>	<p><i>El umbral de desempeño competente permite una desviación del 20% en el tiempo establecido.</i></p>



Escala A

5	<p><i>Para la determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos locales obtiene información de las fuentes turísticas del entorno local; selecciona la información obtenida para la detección de oportunidades de creación y desarrollo de los productos turísticos; cataloga los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, define el posicionamiento en el mercado de los productos y servicios diseñados identificando las posibilidades de explotación turística de su ámbito, en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible; elabora propuestas sobre posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos; programa el desarrollo temporal de la oferta propuesta y define los parámetros y criterios de evaluación de las acciones a llevar a cabo.</i></p>
4	<p><i>Para la determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos locales obtiene información de las fuentes turísticas del entorno local; selecciona la información obtenida para la detección de oportunidades de creación y desarrollo de los productos turísticos; cataloga los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, define el posicionamiento en el mercado de los productos y servicios diseñados identificando las posibilidades de explotación turística de su ámbito, en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible; elabora propuestas sobre posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos; programa el desarrollo temporal de la oferta propuesta.</i></p>
3	<p><i>Para la determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos locales obtiene información de las fuentes turísticas del entorno local; selecciona la información obtenida para la detección de oportunidades de creación y desarrollo de los productos turísticos; no cataloga los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, no define el posicionamiento en el mercado de los productos y servicios diseñados identificando las posibilidades de explotación turística de su ámbito, en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible; elabora propuestas sobre posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos; no programa el desarrollo temporal de la oferta propuesta.</i></p>
2	<p><i>Para la determinación de la oferta de productos y/o servicios turísticos locales obtiene información de las fuentes turísticas del entorno local; no selecciona la información obtenida para la detección de oportunidades de creación y desarrollo de los productos turísticos; no cataloga los componentes de la oferta turística de su ámbito, como recursos, servicios e infraestructuras, no define el posicionamiento en el mercado de los productos y servicios diseñados identificando las posibilidades de explotación turística de su ámbito, en función de criterios ambientales y de desarrollo sostenible; no elabora propuestas sobre posibilidades y alternativas de creación de nuevos productos o servicios turísticos; no programa el desarrollo temporal de la oferta propuesta.</i></p>
1	<p><i>No determina la oferta de productos y/o servicios turísticos locales en el Centro de Información Turística.</i></p>



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

Escala B

5	<i>Para gestionar la oferta diseñada de productos y/o servicios turísticos del entorno local, programa las acciones necesarias para su ejecución y control, organiza los recursos humanos y materiales establecidos para su implementación, elabora propuestas a las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de la oferta turística organizando las acciones informativas y formativas necesarias para que tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados, prevé y efectúa el control, en tiempo y forma, del desarrollo de las acciones previstas.</i>
4	<i>Para gestionar la oferta diseñada de productos y/o servicios turísticos del entorno local, programa las acciones necesarias para su ejecución y control, organiza los recursos humanos y materiales establecidos para su implementación, elabora propuestas a las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de la oferta turística organizando las acciones informativas y formativas necesarias para que tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados.</i>
3	<i>Para gestionar la oferta diseñada de productos y/o servicios turísticos del entorno local, programa las acciones necesarias para su ejecución y control, no organiza los recursos humanos y materiales establecidos para su implementación, no elabora propuestas a las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de la oferta turística organizando las acciones informativas y formativas necesarias para que tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados.</i>
2	<i>Para gestionar la oferta diseñada de productos y/o servicios turísticos del entorno local, no programa las acciones necesarias para su ejecución y control, no organiza los recursos humanos y materiales establecidos para su implementación, no elabora propuestas a las entidades, personas y servicios involucrados en el desarrollo de la oferta turística organizando las acciones informativas y formativas necesarias para que tengan conocimiento de los productos turísticos diseñados.</i>
1	<i>No gestiona la oferta diseñada de productos y/o servicios turísticos del entorno local en el Centro de Información Turística.</i>

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



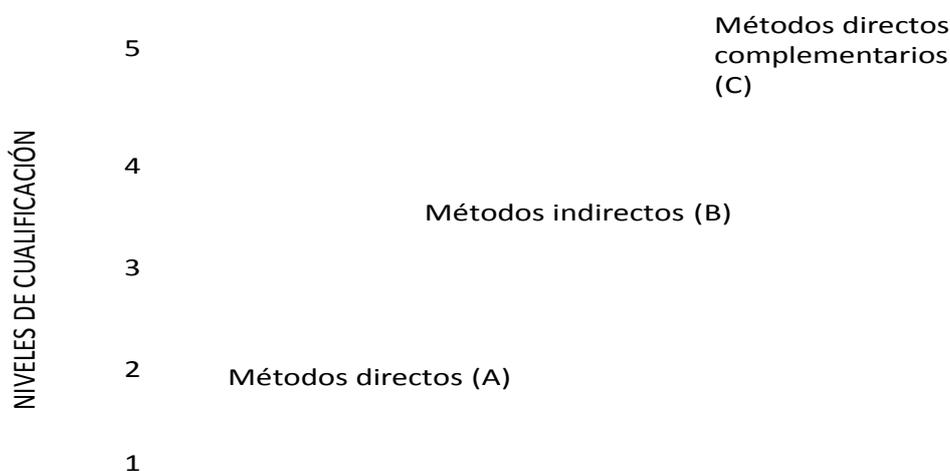
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 crear y promocionar servicios y/o productos turísticos del



entorno local, 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) La Unidad de Competencia hace referencia a:

- “Productos turísticos”: viajes organizados, actividades y/o viajes programados, entre otros.
- “Servicios turísticos”: prestación de información sobre recursos naturales, itinerarios, eventos, medios de transporte, entre otros del entorno local.

i) Para el desarrollo de las SPE se recomiendan las siguientes orientaciones:

- Facilitar varias ediciones turísticas sobre el entorno local.
- La creación de los servicios y/o productos turísticos serán en función de los recursos e infraestructuras de la zona previamente seleccionados.
- Facilitar las tendencias y demandas reales y potenciales de los posibles usuarios del servicio a ofertar.