



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA “UC2482_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC2482_3: Desarrollar servicios de experiencias enoturísticas”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Determinar el entorno de la bodega, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Determinar los productos de venta en la vinoteca (vino, derivados como cosméticos, alimentos, libros, entre otros, construyendo afinidad y relación entre la bodega y/o empresa organizadora, entorno y demandas del turista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Determinar la oferta vitivinícola y enoturística del entorno, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Determinar la elección de itinerarios, tipos de productos y experiencias enoturísticas, contenidos, recursos expositivos, entre otros, comprobando los parámetros de fidelización de la cultura corporativa de la bodega y/o empresa organizadora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.5: Determinar los objetivos cualitativos y cuantitativos de la bodega y/o empresa organizadora de productos y experiencias enoturísticas, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6: Analizar 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, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar la experiencia enoturística.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Diseñar el catálogo de productos y experiencias enoturísticas, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Analizar el perfil del turista, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Desarrollar los recursos identificados en el escenario en el que 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Establecer las tarifas de los servicios y experiencias enoturísticas, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.5: Definir los componentes de la oferta de productos y experiencias enoturísticas y el marco de actuación, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Diseñar los documentos de apoyo como fichas de ejecución y fichas de evaluación, entre otros, asegurando el desarrollo de la actividad y valoración posterior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Seleccionar el listado de canales en función de tipo de producto o experiencia enoturística, valorando la relación entre canal de distribución, y turista y visitante objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Adaptar el producto o la experiencia enoturística al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado, para garantizar el cumplimiento del objetivo de la bodega y/o empresa organizadora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Ajustar el diseño del producto o experiencia enoturística 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Monitorizar/Monetizar el retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la bodega y/o empresa organizadora, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados, con objeto de conseguir el cumplimiento de objetivos de la empresa organizadora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.5: Recoger los resultados obtenidos de divulgación, monitorización y monetización, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Incluir los métodos estandarizados de los resultados obtenidos de divulgación, monitorización y monetización en las memorias anuales de distribución, comercialización y comunicación de la empresa enoturística, siendo referente para planificaciones estratégicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Organizar la agenda y horarios de visitas de experiencias enoturísticas 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Desarrollar las instalaciones de bodega y el entorno donde la experiencia enoturística se comprueban, de manera que permitan la realización de las actividades ofertadas y su cumplimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Gestionar el personal necesario para el cumplimiento de los horarios y visitas enoturísticas ofertadas, de manera que se alcancen los objetivos de satisfacción y seguridad de los turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Evaluar el material de apoyo necesario para la realización de las visitas enoturísticas, como folletos informativos, fichas de vinos, entre otros, comprobando que en el momento de la visita existan recursos para el desarrollo de la misma.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.5: Preparar la cata, como elemento de la experiencia enoturística, 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. - Mantel de cata. - Fichas de cata, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6: Revisar los espacios y propuestas de venta susceptibles de ser incluidos en la experiencia enoturística, comprobando que los stocks de productos a ofertar para satisfacer las necesidades del turista y visitante en dichos puntos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7: Revisar las adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, verificando su idoneidad, para que puedan mejorar la experiencia enoturística.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Recibir a los turistas en el punto de encuentro o alojamiento de forma relajada, cordial, amena y puntual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Corroborar el programa de la visita y experiencia enoturística contratada con los turistas, comprobando que la información y cumplimiento de la misma corresponde al producto contratado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Ejecutar los protocolos de actuación que 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Adaptar el itinerario y las actividades a desarrollar durante la experiencia enoturística 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.5: Comprobar el pago de la actividad, según características y formas de pago del servicio ofertado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6: Evaluar el nivel de conocimiento de la actividad que se va a desarrollar, así como las aptitudes de cada turista y visitante, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7: Transmitir las actividades alternativas dentro o fuera de la bodega, como degustaciones, compras, entre otras, aconsejando e informando sobre las mismas, en función del perfil y preferencias del turista, de manera que el disfrute lúdico esté asegurado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6: Iniciar la experiencia de disfrute de productos y experiencias enoturísticas de una manera clara, eficaz e inmersiva, asegurando la calidad e integridad del entorno y el disfrute lúdico del turista.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Asegurar el desarrollo de la experiencia enoturística, comprobando el cumplimiento del programa ofertado para alcanzar la satisfacción tanto del turista como de la empresa organizadora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Establecer la comunicación con el turista 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3: Desarrollar los elementos de la experiencia enoturística como viticultura y vinificación, espacio natural, patrimonio histórico y todo aquello que engloben las experiencias diseñadas entre otras, y se incorporan en el programa, considerando los intereses de turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4: Incorporar la información facilitada por bodega y/o empresa organizadora 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6: Iniciar la experiencia de disfrute de productos y experiencias enoturísticas de una manera clara, eficaz e inmersiva, asegurando la calidad e integridad del entorno y el disfrute lúdico del turista.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.5: Catar los vinos, licores, destilados, entre otros, 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. - Manteles de cata. - Fichas de cata, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6: Asegurar el disfrute de la cata, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.7: Indicar la información sobre la adquisición de productos y experiencias enoturísticas complementarios, ubicación del punto de venta, ofertas, precios, entre otros, asesorando al turista para que la acción le resulte satisfactoria y la bodega y/o empresa organizadora cumpla sus objetivos comerciales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.8: Entregar las encuestas de satisfacción de la experiencia, 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 auditorias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Incorporar los formularios de autorización de protección de datos del turista 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2: Estudiar las encuestas de calidad y herramientas de evaluación externas recogidas, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.3: Incluir la aceptación de datos y de envío de noticias o correos electrónicos a través de página web o redes sociales, garantizando la protección de datos personales de clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4: Comunicar las novedades de servicios e infraestructuras creadas, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5: Gestionar los servicios complementarios como club de vino, entre otros, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
8.1: Evaluar el estado emocional de los turistas, comprobando el disfrute lúdico de la experiencia enoturística y el programa establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2: Comprobar la consecución de los objetivos, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, corroborando el disfrute de la experiencia enoturística y la seguridad de los turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3: Evaluar las encuestas recogidas propias de la bodega y/o empresa organizadora cualitativa y cuantitativamente, segmentando la información según el servicio o atributo de la experiencia enoturística.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4: Redactar los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, 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 atrayentes para los turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8: <i>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.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
8.5: Transmitir la información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6: Gestionar la planificación estratégica de la bodega y/o empresa organizadora, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>