



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario”

Transversal en las siguientes cualificaciones:

COM087_3: Atención al cliente, consumidor o usuario.

COM709_3: Gestión del comercio electrónico.

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE VENTA

Código: COM085_2

NIVEL: 2



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 UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.

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

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

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

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

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en las realizaciones profesionales de la unidad de competencia, y a dos dígitos las reflejadas en los criterios de realización.

1. Proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación,



adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal con el fin de atender su demanda y cumplir sus expectativas.

- 1.1 La primera toma de contacto con el cliente, consumidor y usuario se efectúa, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-.
- 1.2 Los datos personales se solicitan, en su caso, de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización.
- 1.3 La información solicitada se obtiene, de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles.
- 1.4 La información se proporciona con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos por la organización.
- 1.5 La demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario se resuelve personalmente permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización.
- 1.6 La despedida con el cliente, consumidor y usuario se efectúa contrastando que las demandas del cliente quedan resueltas con preguntas sobre la necesidad de facilitar más información, según el canal utilizado y los protocolos establecidos por la organización.

2. Efectuar el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido, ofertar en su caso, programas de fidelización de clientes, consumidores y usuarios a través de los canales de comercialización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los criterios establecidos por la organización para premiar su lealtad con un sistema de incentivos y vincularle a la marca, producto o servicio adquirido.

- 2.1 La relación con el cliente, consumidor y usuario se mantiene durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio.



- 2.2 Las posibles incidencias en el proceso postventa se resuelven, dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior.
- 2.3 El programa de fidelización al cliente, consumidor y usuario se ofrece, en su caso, premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, la lealtad y vincularle con la marca del producto y/o servicio.
- 2.4 El programa de fidelización de clientes se tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -c-CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros-.
- 2.5 El documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización.

3. Tramitar la información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario de forma coordinada con el resto del equipo, utilizando aplicaciones de gestión con clientes y técnicas organizativas, según la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de disponer de datos que optimicen costes de gestión y tiempos de acceso.

- 3.1 La información recibida se registra en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con cliente, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización.
- 3.2 La documentación recibida del cliente, consumidor o usuario se clasifica de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización.
- 3.3 La documentación se codifica, en su caso, según los procedimientos establecidos por la organización generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información.
- 3.4 La información registrada y/o clasificada se almacena en los dispositivos de seguridad -unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización.
- 3.5 Las consultas de clientes, consumidores o usuarios, se efectúan aplicando los métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por los diferentes canales de comunicación empleados, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado.
- 3.6 Las bases de datos de la organización se actualiza con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios.



4. Ejecutar instrucciones de evaluación del grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado, recopilando la información proporcionada según el canal de comunicación, con el fin de optimizar el proceso de gestión y mejorar la calidad del servicio prestado.

- 4.1 Las posibles deficiencias en el servicio prestado se detectan recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos por la organización.
- 4.2 La información recopilada sobre clientes, consumidores y usuarios se registra en las aplicaciones informáticas correspondientes y/o se archivan de forma manual, según los procedimientos establecidos por la organización.
- 4.3 La información recopilada se contrasta, en su caso, con la archivada sobre informes de satisfacción, documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.
- 4.4 Las incidencias detectadas durante del proceso de atención al cliente en productos y/o servicios, se transmiten al superior jerárquico utilizando los medios y procedimientos establecidos por la organización y en su caso, resolviendo en el ámbito de su responsabilidad.
- 4.5 Las reclamaciones, quejas y/o sugerencias expresadas por los clientes, consumidores y usuarios se contrastan con la información procedente de las aplicaciones establecidas por la organización, para su posterior tratamiento en la toma de decisiones.
- 4.6 Los informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios se elaboran con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado.
- 4.7 La calidad del servicio se gestiona, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo y cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización.

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 **UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:



1. Atención al cliente, consumidor y usuario en la organización empresarial

- Estructura y organización del departamento comercial y de atención al cliente: dependencia funcional.
- Los canales y elementos de comunicación de las empresas: presencial, no presencial.
- Principios básicos en las comunicaciones online/offline: barreras y dificultades.
- Técnicas de comunicación, negociación y resolución de conflictos a través de diferentes canales.
- Técnicas de comunicación: habilidades sociales, empatía, asertividad, persuasión, lenguaje positivo, escucha activa, escucha efectiva, feedback, inteligencia emocional.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación telefónica: técnicas en la atención telefónica, expresión verbal, la sonrisa telefónica.
- La comunicación a través de internet: navegadores, correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea u otros.
- La comunicación escrita: normas.
- El cliente: tipología y características.
- Fases en el proceso de atención al cliente y conceptos básicos: expectativas, necesidades, satisfacción.
- Normas de cortesía en el trato con el cliente, los tratos protocolarios.
- Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.

2. Seguimiento postventa como elemento de fidelización

- El servicio postventa: concepto y características.
- La fidelización de clientes: concepto y objetivos.
- La fidelización de clientes B2C.
- Proceso de fidelización: captar, convencer y conservar.
- Estrategias de fidelización: incentivos y motivaciones.
- Elementos en la fidelización: el sentimiento de pertenencia y el prestigio de la marca.
- Normas para la gestión con clientes.

3. Gestión, obtención y tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente

- Naturaleza de la información en el servicio de atención al cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información en función de los canales de comunicación.
- El archivo: finalidad, tipos de archivos.
- Técnicas de clasificación y archivo: alfabética, numérica, geográfica, ascendente, descendente, por productos y/o servicios, fechas u otras clasificaciones en función de la tipología de la información.
- Documentación derivada de la atención al cliente.
- Confección y presentación de informes: registro de la información.
- Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

4. Las bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente, consumidor y usuario



- Aplicaciones de gestión de relación con el cliente (CRM).
- Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning).
- La base de datos: estructura y funciones.
- Tipos de bases de datos: bases de datos documentales.
- Utilización de bases de datos y aplicaciones de gestión de relación con clientes: grabación de información, consulta, modificación y borrado de archivos y registros, impresión, búsqueda y recuperación de archivos y registros.
- Dispositivos y sistemas de protección de la información: copia de seguridad.

5. Calidad en la prestación de servicios de atención al cliente

- El proceso de detección de la calidad en el servicio: recopilación y registro de la información.
- Documentos de recopilación de la información.
- La importancia del cliente como centro de decisión.
- Elementos y métodos de control de la calidad.
- Métodos de evaluación de la calidad y la satisfacción del cliente.
- Mejora continua: medidas correctoras.
- Consultas, peticiones, incidencias y reclamaciones.

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:

- Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos, así como a situaciones o contextos nuevos.
- Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.
- Habituar al ritmo de trabajo de la organización.
- Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.
- Demostrar cierta autonomía en la resolución de pequeñas contingencias relacionadas con su actividad.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

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 “UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario”, 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 realizar acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario, cumpliendo las normativas aplicables de protección de datos de carácter personal, de defensa de los consumidores y usuarios, de la organización para la gestión de clientes, consumidores y usuarios. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario.
2. Efectuar el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción.
3. Tramitar la información y documentación.

Condiciones adicionales:

- Se simulará la existencia de un cliente, al cual se le informará y hará seguimiento postventa de algún producto comercializado.
- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.



- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias y su actuación en caso de accidentes.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.
- Se dispondrá de la información requerida para el desarrollo de la situación profesional de evaluación: la información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación proporcionada. El lenguaje y forma de comunicación al canal utilizado adaptado. Demandas atendidas. Seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido efectuado. Instrucciones para evaluar el grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado ejecutadas. Información proporcionada según el canal de comunicación recopilada. Proceso de gestión de venta optimizado. Calidad del servicio prestado mejorada.
- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores de desempeño competente</i>
----------------------------	--



<i>Exactitud en la transmisión de la información requerida por el cliente, consumidor y usuario.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Toma de contacto con el cliente.- Solicitud de los datos personales.- Obtención de la información solicitada.- Transmisión de la información.- Resolución de la demanda solicitada.- Despedida del cliente. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Eficacia en el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Mantenimiento de la relación con el cliente, consumidor.- Detección de posibles incidencias en el servicio.- Resolución de posibles incidencias en el proceso postventa.- Ofrecimiento del programa de fidelización, premiando con promociones.- Contraste de la información de reclamaciones, quejas y/o sugerencias.- Elaboración de informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas.- Gestión de la calidad de los servicios. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Rigor en la tramitación de la información y documentación.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Registro de la información recibida.- Clasificación de la documentación recibida del cliente.- Codificación de la documentación.- Almacenamiento de la información registrada y/o clasificada.- Realización de las consultas.- Actualización de las bases de datos. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>
<i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i>	<p><i>El desempeño competente permite sobrepasar el tiempo asignado hasta en un 25%</i></p>
<p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i></p>	

Escala A



4

Para proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario, realiza la primera toma de contacto, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-. Solicita los datos personales de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización. Obtiene la información solicitada de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles. Facilita la información con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos. Resuelve la demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario, permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización y resuelve posibles irregularidades.

3

Para proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario, realiza la primera toma de contacto, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-. Solicita los datos personales de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización. Obtiene la información solicitada de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles. Facilita la información con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos. Resuelve la demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario, permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.

2

Para proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario, realiza la primera toma de contacto, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-. Solicita los datos personales de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización. Obtiene la información solicitada de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles. Facilita la información con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos. Resuelve la demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario, permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad,

	<i>según las normas internas establecidas por la organización, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i>
1	<i>No proporciona la información requerida por el cliente, consumidor y usuario.</i>

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

Escala B

4	<i>Para el seguimiento postventa del producto del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción, mantiene la relación con el cliente, consumidor y usuario, durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio. Detecta las posibles incidencias en el servicio recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos. Resuelve las posibles incidencias en el proceso postventa dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior. Ofrece el programa de fidelización premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, la lealtad y vincularle con la marca del producto y/o servicio y lo tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -c-CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros- además de que proporciona el documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización. Contrasta la información de reclamaciones, quejas y/o sugerencias con la información procedente de las aplicaciones establecidas por la organización, para su posterior tratamiento en la toma de decisiones. Elabora informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado. Gestiona la calidad de los servicios, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo y cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización y resuelve posibles irregularidades.</i>
3	<i>Para el seguimiento postventa del producto del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción, mantiene la relación con el cliente, consumidor y usuario, durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio. Detecta las posibles incidencias en el servicio recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos. Resuelve las posibles incidencias en el proceso postventa dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior. Ofrece el programa de fidelización premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, la lealtad y vincularle con la marca del producto y/o servicio y lo tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -c-CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros- además de que proporciona el documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización. Contrasta la información de reclamaciones, quejas y/o sugerencias con la información procedente de las aplicaciones establecidas por la organización, para su posterior tratamiento en la toma de decisiones. Elabora informes</i>

	<p><i>referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado. Gestiona la calidad de los servicios, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo y cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para el seguimiento postventa del producto del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción, mantiene la relación con el cliente, consumidor y usuario, durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio. Detecta las posibles incidencias en el servicio recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos. Resuelve las posibles incidencias en el proceso postventa dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior. Ofrece el programa de fidelización premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, la lealtad y vincularle con la marca del producto y/o servicio y lo tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -c-CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros- además de que proporciona el documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización. Contrasta la información de reclamaciones, quejas y/o sugerencias con la información procedente de las aplicaciones establecidas por la organización, para su posterior tratamiento en la toma de decisiones. Elabora informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado. Gestiona la calidad de los servicios, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo y cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i></p>
1	<p><i>No realiza el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido y grado de satisfacción.</i></p>

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

Escala C

4	<p><i>Para la tramitación de la información y documentación, registra la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con cliente, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas establecidas. Clasifica la documentación recibida del cliente, consumidor o usuario, de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización. Codifica la documentación, según los procedimientos establecidos por la organización generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información. Almacena la información registrada y/o clasificada en los dispositivos de seguridad -unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización. Realiza las consultas de clientes, consumidores o</i></p>
---	---



	<p><i>usuarios, aplicando los métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por los diferentes canales de comunicación empleados, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado. Actualiza las bases de datos de la organización con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios y resuelve posibles irregularidades.</i></p>
3	<p><i>Para la tramitación de la información y documentación, registra la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con cliente, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización. Clasifica la documentación recibida del cliente, consumidor o usuario, de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización. Codifica la documentación según los procedimientos establecidos por la organización generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información. Almacena la información registrada y/o clasificada en los dispositivos de seguridad -unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización. Realiza las consultas de clientes, consumidores o usuarios aplicando los métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por los diferentes canales de comunicación empleados, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado. Actualiza las bases de datos de la organización con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para la tramitación de la información y documentación, registra la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con cliente, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización. Clasifica la documentación recibida del cliente, consumidor o usuario, de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización. Codifica la documentación según los procedimientos establecidos por la organización generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información. Almacena la información registrada y/o clasificada en los dispositivos de seguridad -unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización. Realiza las consultas de clientes, consumidores o usuarios aplicando los métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por los diferentes canales de comunicación empleados, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado. Actualiza las bases de datos de la organización con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i></p>
1	<p><i>No tramita la información ni la documentación.</i></p>



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

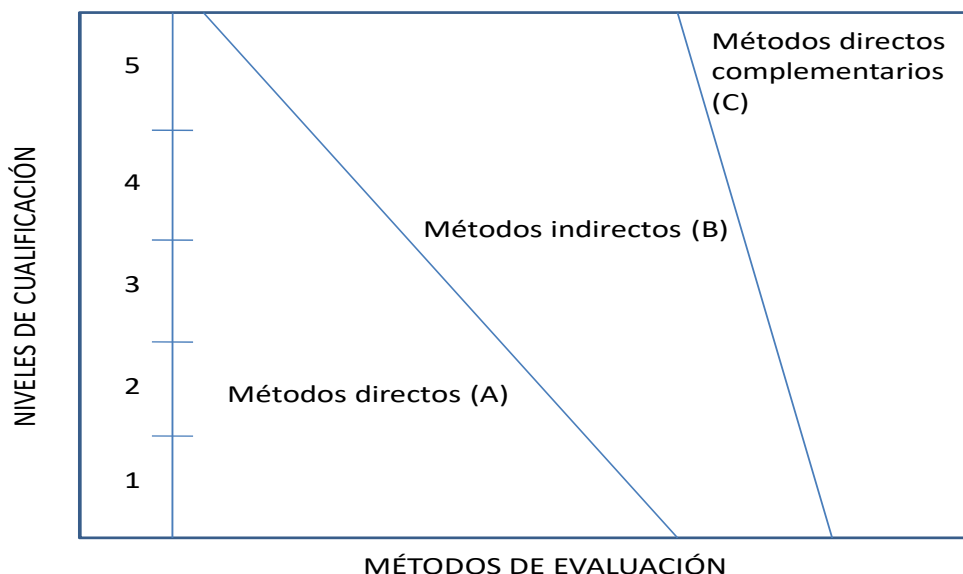
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
 - Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de integración cultural, entre otras. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación formal y no tenga experiencia en el proceso de Ejecutar las acciones del servicio de

atención al cliente, consumidor y usuario, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.

- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f)
- 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 tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Plantear la venta de dos productos conocidos y de diferente naturaleza.

Plantear con el cliente alguna incidencia postventa.