



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ASISTENCIA A LA
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Código: COM312_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 UC0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados.

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 Analizar la información recogida en la investigación de mercados, 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. Procesar, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las

entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, utilizando medios informáticos.

- 1.1 La grabación y depuración de la información obtenida y los datos resultantes del trabajo de campo se comprueban, garantizando que se realizan de acuerdo a los criterios de grabación, codificación y depuración establecidos en el plan de investigación, mediante sistemas de verificación, supervisión o similares.
- 1.2 La grabación en audio/video de las entrevistas cualitativas se transcribe de manera literal para su posterior análisis.
- 1.3 Los errores y/o dudas en la configuración de la base de datos, transcripciones incompletas, codificaciones mal hechas, palabras sin identificar, falta de coherencia e inconsistencia en la información, entre otros, se detectan por los grabadores, codificadores o los propios encuestadores/entrevistadores, consultando el material original y proponiendo medidas correctoras para su depuración.
- 1.4 Las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos se aplican a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información.
- 1.5 Los estadísticos que resultan de los datos obtenidos se calculan mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio.
- 1.6 La información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, se presenta de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados.
- 1.7 La información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas se organiza, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación.
- 1.8 La información cualitativa se selecciona, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación.

2. Relacionar la información y datos disponibles, seleccionando los análisis y la información, para la elaboración del informe de acuerdo con las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.

- 2.1 Los cruces de variables y análisis adicionales, que aporten valor, se proponen a partir de la integración de fuentes para los análisis, los resultados obtenidos tras el procesamiento de la información y los datos disponibles para la consecución de los objetivos de la investigación.

- 2.2 Las variables y análisis adicionales se cruzan, aplicando técnicas de análisis bivariable o multivariable entre otras, utilizando aplicaciones informáticas estadísticas.
- 2.3 Los resultados del cruce de variables y análisis adicionales se seleccionan de acuerdo al objeto de la investigación, rechazando aquellos que no ofrecen información relevante al estudio.
- 2.4 La calidad de la información resultante se controla, mediante la revisión de los datos obtenidos tras el procesamiento de la información, la tabulación cruzada de las variables y/o análisis adicionales realizados.
- 2.5 La información obtenida de la utilización de programas estadísticos se prepara para su posterior análisis e interpretación por la persona responsable técnico del proyecto, siguiendo los criterios establecidos por la organización en el plan de explotación de información, flujo del cuestionario o guion prestablecido para el informe de resultados.
- 2.6 La información, en el caso de datos cualitativos, se propone al equipo responsable de la investigación en base a la consecución de los objetivos planteados, identificando al menos los siguientes requisitos: - Target de cada dato. - Número de menciones de cada uno u otros elementos que identifiquen su nivel de citación.

3. Presentar los resultados obtenidos, en gráficos, cuadros, tablas o cualquier otra forma de presentación de datos y relaciones entre variables, que permitan la extracción de conclusiones y toma de decisiones.

- 3.1 Los formatos de presentación de los datos y/o relaciones entre variables se seleccionan en función de su utilidad, facilidad de interpretación, diseño y apoyo en la toma de decisiones.
- 3.2 Las tablas, cuadros, índices, representaciones gráficas y/o esquemas de presentación de datos se elaboran de acuerdo a las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.
- 3.3 La fuente original, fecha, definición de la muestra y/o submuestra y base estadística, entre otros, del análisis, se incluyen en los cuadros, tablas y gráficos, de forma que la referencia de los datos esté presente al interpretarlos.
- 3.4 Los datos obtenidos en la investigación de mercados, con técnicas cuantitativas, se presentan a la persona responsable de la investigación, asegurando que se incluye, al menos, la siguiente información sobre la metodología aplicada en el proyecto: - Técnica/s aplicada/s y soporte/s para la obtención de la información. - Definición y composición de la/s muestra/s de análisis, especificando las cuotas aplicadas en su caso. - Fechas de realización del trabajo de campo. - Tamaños muestrales, y errores o limitaciones estadísticas, cuando los datos provengan de una submuestra inferior a 50 elementos en universos infinitos. - Criterios de ponderación, cuando se trate de datos ponderados.

- 3.5 Los verbatim o frases literales, en el caso de datos cualitativos se seleccionan, haciendo referencia a la muestra de la que provienen, de modo que permitan apoyar el análisis que se realice sobre los mismos.

4. Elaborar el informe final de la investigación, colaborando con las personas responsables del mismo, de acuerdo a las especificaciones recibidas por parte del cliente, dando respuesta a las preguntas que dieron lugar a la investigación de mercados.

- 4.1 La información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones se presentan en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.
- 4.2 Las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, se redactan en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación.
- 4.3 Los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones.
- 4.4 Los anexos a la investigación de mercados, se preparan para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio.
- 4.5 La información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones se presentan en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de 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 **UC0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Análisis y tratamiento de datos en la investigación de mercados

- Tipos de datos e información obtenida de la investigación de mercados.
- Información cuantitativa y cualitativa.
- Comprobación y edición de datos e información obtenida.
- Homogeneización de datos e información obtenida.
- Técnicas de análisis de información cuantitativa y cualitativa.
- Representación gráfica de datos y tipos de gráficos.
- Aplicaciones informáticas aplicadas al análisis y tratamiento de datos.
- Hojas de cálculo, bases de datos y transcripciones. Data Mining.
- Herramientas de análisis de web y redes sociales.
- Funcionalidad y utilidades para el tratamiento y consulta de datos.

2. Técnicas de análisis estadístico aplicable a la investigación de mercados

- Estadística descriptiva: medidas de posición, de tendencia central y no central, dispersión y simetría.
- Ajuste de curvas.
- Análisis de la varianza.
- Aplicación a la investigación de mercados y extrapolación de resultados.
- Técnicas de análisis probabilístico.
- Técnicas de regresión y correlación simple.
- Contraste de hipótesis.
- Series temporales.
- Números índices.
- Aplicaciones informáticas para la investigación de mercados: funciones estadísticas en hojas de cálculo.
- Programas específicos de tratamiento estadístico.

3. Diseño de bases de datos aplicables a la investigación de mercados

- Estructura y funciones de las bases de datos.
- Diseño de una base de datos.
- Búsquedas avanzadas de datos.
- Consultas en bases de datos.
- Creación y desarrollo de formularios e informes avanzados.
- Creación de macros básicas.
- Informes en bases de datos.
- Relaciones en bases de datos.

4. Informes de investigación y estudios de mercado

- Elementos y estructura de un informe de resultados en una investigación comercial.
- Elaboración del informe (gráficos, tablas, cuadros, iconos, imágenes, entre otros).
- Principios y reglas metodológicas en la elaboración de estudios de mercado y opinión.
- Aplicaciones informáticas para la realización y presentación de datos e información obtenida en una investigación de mercados.
- Tablas dinámicas en hojas de cálculo.
- Gráficos en hojas de cálculo.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.
- Finalizar el trabajo en los plazos establecidos.
- Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria para utilizarlos en su trabajo.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.
- Compartir información con el equipo de trabajo.
- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “UC0997_3: Analizar la información recogida en la investigación de mercados”, 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 analizar la información recogida en la investigación de mercados, según orden de trabajo y

especificaciones técnicas. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Procesar, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes.
2. Presentar los resultados obtenidos.
3. Elaborar el informe final de la investigación.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

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

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

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

| <i>Criterios de mérito</i> | <i>Indicadores de desempeño competente</i> |
|--|---|
| <i>Eficiencia en el procesado, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Aplicación de las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información.- Cálculo de los estadísticos que resultan de los datos obtenidos mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio. |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Presentación de la información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados.- Organización de la información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación.- Selección de la información cualitativa, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p> |
| <p><i>Presentar los resultados obtenidos.</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Selección de los formatos de presentación de los datos y/o relaciones entre variables en función de su utilidad, facilidad de interpretación, diseño y apoyo en la toma de decisiones.- Elaboración de las tablas, cuadros, índices, representaciones gráficas y/o esquemas de presentación de datos de acuerdo a las especificaciones recibidas por la persona responsable de la investigación.- Inclusión de la fuente original, fecha, definición de la muestra y/o submuestra y base estadística, entre otros, del análisis, en los cuadros, tablas y gráficos, de forma que la referencia de los datos esté presente al interpretarlos. <p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p> |
| <p><i>Eficacia en la elaboración del informe final de la investigación.</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Presentación de la información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización.- Redacción de las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas |

| | |
|--|--|
| | <p>entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none">- Detección de los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones.- Preparación de los anexos a la investigación de mercados, para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio.- Presentación de la información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p> |
| <p><i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i></p> | |
| <p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i></p> | |

Escala A

| | |
|---|--|
| 4 | <p><i>Para el procesado, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, aplica las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información. Calcula los estadísticos que resultan de los datos obtenidos mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio. Presenta la información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados. Organiza la información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación. Selecciona la</i></p> |
|---|--|

| | |
|---|---|
| | <p><i>información cualitativa, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación, de manera excelente.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para el procesado, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, aplica las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información. Calcula los estadísticos que resultan de los datos obtenidos mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio. Presenta la información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados. Organiza la información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación. Selecciona la información cualitativa, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación, de manera adecuada.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para el procesado, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes, aplica las técnicas estadísticas de tabulación de datos u observación de comportamientos a los resultados obtenidos, utilizando análisis de datos y, en su caso, el software habitual para la explotación de la información. Calcula los estadísticos que resultan de los datos obtenidos mediante los métodos informáticos disponibles, de acuerdo al objetivo de la investigación, señalando las implicaciones de éstos al objeto de dicho estudio. Presenta la información estadística de los datos, medidas de tendencia, distribución de frecuencias y desviaciones o errores obtenidos, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización según el plan de tabulación o explotación estadística de datos, favoreciendo el análisis de los resultados. Organiza la información que proviene de las transcripciones, datos no estructurados u obtenidas con técnicas cualitativas, utilizando sistemas de ordenación y estructuración de la información, exportándola a un formato que permita su tratamiento y explotación. Selecciona la información cualitativa, de modo que permita aplicar las técnicas más adecuadas (entrevista en profundidad, dinámica de grupos, hall test, entre otros) al objeto de la investigación, pero comete grandes errores que afectan al resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No procesa, previa revisión, la información de la base de datos grabada y codificada de las encuestas, transcripciones de las entrevistas, dinámicas de grupo u otros soportes.</i></p> |

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

Escala B

| | |
|---|--|
| 4 | <p><i>Para la elaboración del informe final de la investigación, presenta la información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones en el formato acordado con el</i></p> |
|---|--|

cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización. Redacta las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación. Detecta los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones. Prepara los anexos a la investigación de mercados, para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio. Presenta de la información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización, de manera excelente.

3

Para la elaboración del informe final de la investigación, presenta la información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización. Redacta las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación. Detecta los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones. Prepara los anexos a la investigación de mercados, para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio. Presenta de la información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización, de manera adecuada.

2

Para la elaboración del informe final de la investigación, presenta la información analizada, los resultados, los contenidos del trabajo de campo y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización. Redacta las conclusiones de la investigación, acordadas con el responsable de la misma, en un lenguaje objetivo y claro, poniendo especial atención en los aspectos más importantes del análisis (preguntas principales de la investigación, diferencias significativas entre subgrupos muestrales si existieran y otros datos destacables) y conjugando el estilo de redacción en los informes con las indicaciones del cliente y/o del plan de investigación. Detecta los aprendizajes claves y la información que da respuesta a las cuestiones objeto de la investigación se detectan, exponiendo los mismos a la persona responsable de la misma y al cliente, para facilitar la toma de decisiones. Prepara los anexos a la investigación de mercados, para incluirlos en el informe final, en forma de explicaciones metodológicas adicionales, tablas, cuadros o gráficos, entre otros, conteniendo información adicional que no haya resultado clave para llegar a las conclusiones del estudio. Presenta de la información analizada, los resultados y/o contenidos relevantes del trabajo de campo cualitativo, y las conclusiones en el formato acordado con el cliente, siguiendo una estructura

| | |
|---|---|
| | <i>y orden previstos de acuerdo con las normas de estilo y presentación de informes de la organización, pero comete grandes errores que afectan al resultado final.</i> |
| 1 | <i>No elabora el informe final de la investigación.</i> |

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.

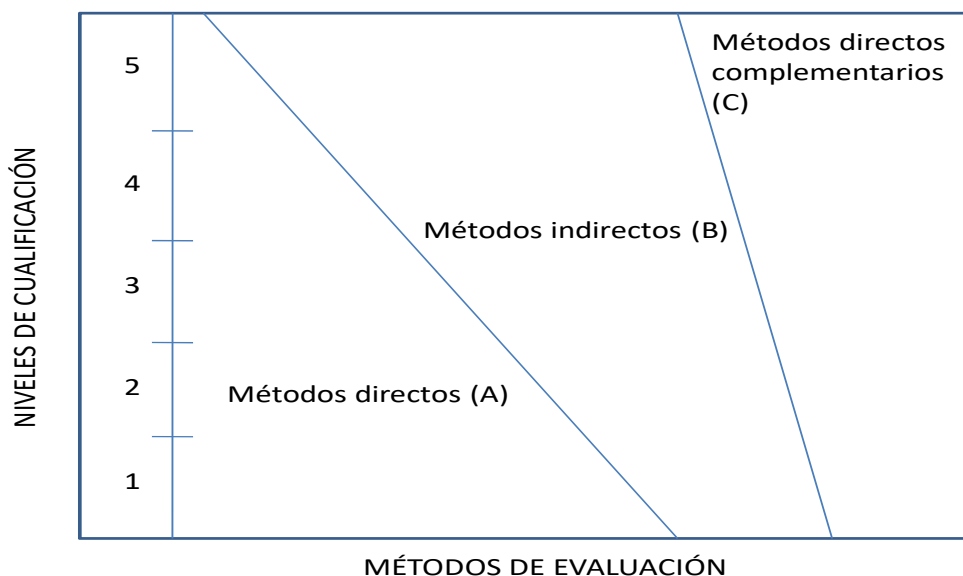
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 Planificar y determinar el proceso de decoración de vidrio mediante aplicaciones de color, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel "3" y sus competencias tienen componentes psicomotores, cognitivos y actitudinales. Por sus características, y dado que, en este caso, tiene mayor relevancia el componente de destrezas psicomotrices, 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. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.

- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.