



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA

Código: AGA457_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 UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería.

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 Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería, 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. Informar a la clientela en todo lo concerniente a los productos y servicios ofertados en la empresa de floristería para satisfacer sus necesidades.

- 1.1 La imagen personal propia y de la empresa se cumple, de acuerdo con las normas y criterios internos establecidos para la atención a la clientela, en lo relativo a vestuario y presencia física.
- 1.2 Los protocolos de atención a la clientela se aplican, de manera profesional, conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado, según lo determine la persona responsable.
- 1.3 La expresión oral (nombres científicos de flores y plantas, técnicas de creación, materiales específicos, entre otros) y escrita (hojas de pedido, cintas funerarias, tarjetas, presupuestos, entre otros) se transmite, con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende.
- 1.4 Las etiquetas, carteles, rótulos y demás materiales de apoyo se elaboran, disponiendo su localización en la floristería, en función de la información a transmitir a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad.
- 1.5 El contacto con la clientela se efectúa, a través de los diferentes canales de comunicación, presencial (visitas, ferias, eventos, entre otros) y no presencial, (telefonía, e-mail, redes sociales, sms, página web, e-commerce, chats, e-newsletters u otros canales digitales) con una información clara y precisa, siguiendo los criterios marcados por la persona responsable.
- 1.6 Las necesidades de la clientela (presupuesto, condiciones de pago, envío a domicilio, entre otros) se identifican para ofrecer los productos y servicios disponibles que mejor se ajusten a sus requerimientos, utilizando técnicas de comercialización precisas y recomendando alternativas de compra, en su caso.
- 1.7 Los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios (catálogos de trabajos florales físicos o digitales, página web, blog, redes sociales, entre otros soportes de venta de la empresa) se utilizan, con conocimiento de su contenido y funcionamiento.

2. Comercializar productos y servicios disponibles, a través de los diferentes canales de comercialización, teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de la empresa.

- 2.1 Los precios de los productos y/o servicios (decoraciones con flores y/o plantas, decoraciones nupciales, grandes espacios, entre otros) se calculan, teniendo en cuenta los factores (materias primas, materiales, costes asociados entre otros) que entran a formar parte del precio final, con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta, según los criterios y objetivos marcados por la empresa.

- 2.2 Los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento se tramitan, siguiendo las pautas de la persona responsable y de las empresas de transmisión floral utilizadas, informando, detalladamente, a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado.
- 2.3 Los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial (online, offline) se anotan, en los correspondientes formularios, con todos los datos necesarios (fecha y requisitos de elaboración y entrega, precio, entre otros) para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos de carácter personal aplicable a la clientela y al destinatario.
- 2.4 Las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas disponibles, se explican a la clientela en los encargos, presenciales o no, con transparencia y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura del encargo efectuado y su posterior envío o recogida del pedido por parte de la clientela.
- 2.5 Las operaciones de cobro en la venta se efectúan, en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados (efectivo, cheque, tarjetas, medios electrónicos, terminales de telefonía móvil, aplicaciones informáticas específicas, entre otros), garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra que se ajusten a las indicaciones recibidas de la persona responsable.
- 2.6 El arqueo y cierre de caja se efectúa, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y, reportando los documentos y comprobantes a la persona responsable de la contabilidad en ausencia de personal de categoría superior.
- 2.7 El servicio solicitado u operación se efectúa, según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa aplicable sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos de carácter personal y recurriendo al personal de categoría superior, si fuera necesario.

3. Atender el servicio de seguimiento de la clientela, sugerencias, quejas y reclamaciones, según procedimientos para fidelizar a la clientela y mejorar la imagen de calidad de la empresa.

- 3.1 El proceso de seguimiento postventa se establece, a través de los diferentes canales de comunicación determinados en la empresa (telefonía, e-mail, sms, página web, chats, redes sociales, entre otros canales digitales) para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización.
- 3.2 El contacto con la clientela se mantiene en fechas señaladas (onomástica, cumpleaños, aniversario, entre otras), utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y los medios y cauces de comunicación previstos por la empresa.
- 3.3 La información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela (queja, reclamación o sugerencia) se recaba, amablemente, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo a los

criterios establecidos por la empresa y la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios.

- 3.4 Las quejas o reclamaciones se atienden, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo en el ámbito de su responsabilidad, siempre de acuerdo a los criterios que la empresa tenga establecidos para su posterior análisis y mejora del servicio.
- 3.5 La respuesta ante una incidencia (queja, reclamación o sugerencia) se traslada a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas para que se interprete correctamente el mensaje o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal de categoría superior, tratando de evitar demoras innecesarias.
- 3.6 Los derechos de las personas consumidoras se aplican, ante una queja o reclamación y aquellas que exceden su responsabilidad, transmitiéndola con prontitud a la persona responsable, siguiendo el procedimiento establecido en la empresa.

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 **UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Medios para atender a la clientela en floristerías

- Productos y servicios ofrecidos en la floristería: características específicas. Los canales de comercialización a clientela: presencial, web, redes sociales, entre otros. Normas de calidad en la atención al cliente. Tipos de clientes: características y forma de actuación. El cliente prescriptor. Motivos y tipos de compra: online/offline. Catálogos: tipos, usos y fines. Formularios: usos y aplicaciones de albaranes, notas de pedido, blocs de notas, facturas, formularios de encargos de empresas de transmisión floral. Manuales, guías y normas de calidad en el servicio en la atención al público en floristería. Listas de precios: precios brutos, netos y márgenes. Impuestos aplicables a la actividad: tipos de IVA, IGIC, entre otros. Medios para cobrar ventas en Internet: pasarelas de pago, bizum, PayPal, entre otros. Medios de cobro y pago aplicables a la actividad: efectivo, crédito, tarjeta de débito o crédito, talón, terminal punto de venta (TPV), caja registradora, entre otras. Control en la atención a la clientela: uso de uniformes, aspecto personal, trato y cortesía, aplicación de normas internas de la empresa y profesionalidad. Control de seguimiento y satisfacción de la clientela. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa ambiental. Normativa sobre residuos. Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de comercio: horarios comerciales,

etiquetaje de precios, entre otros. Normativa de calidad en el servicio de atención a la clientela.

2. Flores, plantas y composiciones orientadas a la clientela

- Control del dominio de los nombres científicos de especies comercializadas de flor, verde de corte y plantas naturales. Control de calidad y necesidades fitosanitarias de las composiciones con plantas, en su seguimiento. Aplicación del color en los productos ofertados y su influencia en la calidad. Dominio y control de las diferentes clasificaciones de los trabajos florales. Control de calidad y conservación de las composiciones, flores y verdes cortados. Control de los canales de aprovisionamientos. Control de calidad de los productos y servicios ofertados. Control de seguimiento y satisfacción de la clientela. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa ambiental. Normativa sobre residuos. Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de comercio: horarios comerciales, etiquetaje de precios, entre otros. Normativa de calidad en el servicio de atención a la clientela.

3. Operaciones económicas de la actividad de floristería

- Cálculo de precios finales de productos: precio de compra, coste y venta. Elaboración de presupuestos básicos: formas, aspectos técnicos y legales. Factura: tipos, requisitos y elementos que la componen. Libros de caja. Entradas y salidas. Ingresos y gastos. Cobros y pagos. El arqueo parcial y total. Cierre de caja. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa ambiental. Normativa sobre residuos. Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de comercio: horarios comerciales, etiquetaje de precios, entre otros. Normativa de calidad en el servicio de atención a la clientela.

4. Prestaciones adicionales en floristería

- Productos de venta con características especiales: funerarios, nupciales, entre otros. Creación de surtido y política de compra a proveedores. Técnicas de incremento de ventas: adicional, cruzada, conjunta, entre otras. Servicios especiales a la clientela. Eventos especiales: características y valoración económica. Entrega de productos a domicilio: características y protocolo de actuación. Entregas con características especiales: funerarios, hospitales, centros oficiales, entre otros. Control de calidad de los productos y servicios ofertados. Control de seguimiento y satisfacción de la clientela. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa ambiental. Normativa sobre residuos. Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de comercio: horarios comerciales, etiquetaje de precios, entre otros. Normativa de calidad en el servicio de atención a la clientela.

5. Negociación y resolución de conflictos, en el ámbito de la actividad de venta en floristería

- Tipos de quejas y reclamaciones. Técnicas de negociación y resolución de conflictos. Fidelización y calidad del servicio: objetivo y características. El

servicio postventa: Definición e incidencias del servicio. Registro de las reclamaciones de clientes: documentación. Aplicaciones de gestión en las incidencias de clientes. Procesos y acciones de mejora continua en la atención al cliente. Convenio interprovincial para el comercio de flores y plantas. Hojas de reclamaciones oficiales. Control de seguimiento y satisfacción de la clientela. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa ambiental. Normativa sobre residuos. Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa de comercio: horarios comerciales, etiquetaje de precios, entre otros. Normativa de calidad en el servicio de atención a la clientela.

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:

- Demostrar cierta autonomía en la resolución de pequeñas contingencias relacionadas con su actividad.
- Emplear tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria.
- Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de la clientela.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.
- Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.
- Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

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 “UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería”, 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 comercializar productos y servicios de la empresa de floristería, cumpliendo la normativa relativa a protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Informar a la clientela sobre los productos y servicios.
2. Comercializar productos y servicios.
3. Atender el servicio de seguimiento.

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 la información a la clientela sobre los productos y servicios</i>	<ul style="list-style-type: none">- Cumplimiento de la imagen personal propia y de la empresa.- Aplicación de los protocolos de atención a la clientela de manera profesional.- Transmisión de la expresión oral y escrita.- Elaboración de las etiquetas, carteles y rótulos.- Ejecución del contacto con la clientela a través de los diferentes canales de comunicación.- Identificación de las necesidades de la clientela.- Uso de los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Exactitud en la comercialización de productos y servicios</i>	<ul style="list-style-type: none">- Cálculo de los precios de los productos y/o servicios.- Tramitación de los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento.- Anotación de los encargos recibidos.- Explicación de las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas.- Ejecución de las operaciones de cobro en la venta.- Realización del arqueo y cierre de caja.- Ejecución del servicio solicitado u operación. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Precisión en la atención del servicio de seguimiento</i>	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento del proceso de seguimiento postventa.- Mantenimiento del contacto con la clientela en fechas señaladas.- Recabado de la información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela.- Atención de las quejas o reclamaciones.- Traslado de la respuesta ante una incidencia a la persona que la interpone.- Aplicación de los derechos de las personas consumidoras ante una queja o reclamación.

	<i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i>
<i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i>	<i>El desempeño competente permite superar el tiempo asignado hasta en un 25%</i>
<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>	

Escala A

4	<p><i>Para informar a la clientela sobre los productos y servicios, cumple la imagen personal propia y de la empresa de acuerdo con las normas y criterios internos. Aplica los protocolos de atención a la clientela de manera profesional conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado. Transmite la expresión oral y escrita con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende. Elabora las etiquetas, carteles y rótulos, disponiendo su localización en la floristería en función de la información a transmitir a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad. Ejecuta el contacto con la clientela a través de los diferentes canales de comunicación, con una información clara y precisa. Identifica las necesidades de la clientela, para ofrecer los productos y servicios que mejor se ajusten a sus requerimientos. Uso los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios con conocimiento de su contenido y funcionamiento.</i></p>
3	<p><i>Para informar a la clientela sobre los productos y servicios, cumple la imagen personal propia y de la empresa de acuerdo con las normas y criterios internos. Aplica los protocolos de atención a la clientela de manera profesional conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado. Transmite la expresión oral y escrita con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende. Elabora las etiquetas, carteles y rótulos, disponiendo su localización en la floristería en función de la información a transmitir a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad. Ejecuta el contacto con la clientela a través de los diferentes canales de comunicación, con una información clara y precisa. Identifica las necesidades de la clientela, para ofrecer los productos y servicios que mejor se ajusten a sus requerimientos. Uso los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios con conocimiento de su contenido y funcionamiento, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para informar a la clientela sobre los productos y servicios, cumple la imagen personal propia y de la empresa de acuerdo con las normas y criterios internos. Aplica los protocolos de atención a la clientela de manera profesional conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado. Transmite la expresión oral y escrita con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende. Elabora las etiquetas, carteles y rótulos, disponiendo su localización en la floristería en función de la información a transmitir</i></p>

	<i>a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad. Ejecuta el contacto con la clientela a través de los diferentes canales de comunicación, con una información clara y precisa. Identifica las necesidades de la clientela, para ofrecer los productos y servicios que mejor se ajusten a sus requerimientos. Uso los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios con conocimiento de su contenido y funcionamiento, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No informa a la clientela sobre los productos y servicios.</i>

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

Escala B

4	<i>Para comercializar productos y servicios, calcula los precios de los productos y/o servicios con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta. Tramita los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento, informando detalladamente a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado. Anota los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial en los correspondientes formularios con todos los datos necesarios para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos. Explica las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas, en los encargos, con transparencia y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura. Ejecuta las operaciones de cobro en la venta en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados, garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra. Realiza el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y reportándolas en caso necesario. Ejecuta el servicio solicitado u operación según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos.</i>
3	<i>Para comercializar productos y servicios, calcula los precios de los productos y/o servicios con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta. Tramita los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento, informando detalladamente a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado. Anota los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial en los correspondientes formularios con todos los datos necesarios para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos. Explica las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas, en los encargos, con transparencia y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura. Ejecuta las operaciones de cobro en la venta en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados, garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra. Realiza el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y reportándolas en caso necesario. Ejecuta el servicio solicitado u operación según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i>
2	

	<p><i>Para comercializar productos y servicios, calcula los precios de los productos y/o servicios con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta. Tramita los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento, informando detalladamente a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado. Anota los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial en los correspondientes formularios con todos los datos necesarios para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos. Explica las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas, en los encargos, con transparencia y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura. Ejecuta las operaciones de cobro en la venta en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados, garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra. Realiza el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y reportándolas en caso necesario. Ejecuta el servicio solicitado u operación según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No comercializa productos y servicios.</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 atender el servicio de seguimiento, establece el proceso de seguimiento postventa, a través de los diferentes canales de comunicación, para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización. Mantiene el contacto con la clientela en fechas señaladas, utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y cauces de comunicación previstos. Recaba la información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo. Traslada la respuesta ante una incidencia a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas, o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal superior, tratando de evitar demoras innecesarias. Aplica los derechos de las personas consumidoras ante una queja o reclamación.</i></p>
3	<p><i>Para atender el servicio de seguimiento, establece el proceso de seguimiento postventa, a través de los diferentes canales de comunicación, para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización. Mantiene el contacto con la clientela en fechas señaladas, utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y cauces de comunicación previstos. Recaba la información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo. Traslada la respuesta ante una incidencia a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas, o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal superior, tratando de evitar demoras innecesarias. Aplica los derechos de las personas consumidoras ante una queja o reclamación, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p>
2	

	<i>Para atender el servicio de seguimiento, establece el proceso de seguimiento postventa, a través de los diferentes canales de comunicación, para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización. Mantiene el contacto con la clientela en fechas señaladas, utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y cauces de comunicación previstos. Recaba la información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo. Traslada la respuesta ante una incidencia a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas, o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal superior, tratando de evitar demoras innecesarias. Aplica los derechos de las personas consumidoras ante una queja o reclamación, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No atiende el servicio de seguimiento.</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.

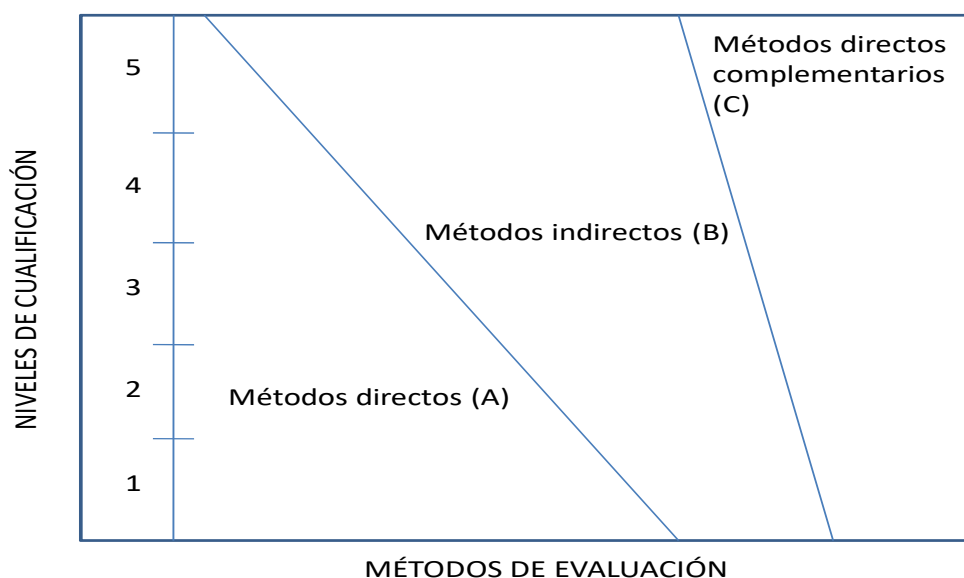
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 "2" y sus competencias conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado. 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.

h) En la situación profesional de evaluación se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:



UNIÓN EUROPEA
NextGenerationEU