



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1485_3: Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en la empresa de floristería”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ARTE FLORAL Y GESTIÓN
DE LAS ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA**

Código: AGA461_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 UC1485_3: Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en 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 Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en 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. Atender al público de forma presencial, telefónicamente, online, o por cualquier otro medio, proporcionando la información

necesaria sobre las consultas de floristería formuladas para facilitar la comercialización.

- 1.1 La atención al público de la empresa de floristería se presta, ofreciendo una información clara y ordenada, con conocimientos amplios sobre los productos y servicios ofertados- trabajos florales y/o con plantas, decoraciones de eventos, entre otros- con las habilidades profesionales necesarias.
- 1.2 Las necesidades de la clientela se establecen, mediante técnicas de preguntas y escucha activa, para ofrecerle los productos y/o servicios que puedan satisfacer sus expectativas, asesorando con claridad y exactitud sobre las características (calidad, precio, disponibilidad, entre otras), o planteando otros adicionales, sustitutivos o complementarios.
- 1.3 La información necesaria para fijar la estrategia de comercialización adecuada a cada tipo de cliente se recaba, utilizando técnicas comerciales (venta cruzada, venta adicional, entre otras), para gestionarla personalmente, creando el clima para cerrar la venta con su correspondiente pedido.
- 1.4 Los datos personales de los clientes y destinatarios de los trabajos se solicitan para incluirlos en la base de datos y, en su caso, acceder a la información disponible en la empresa, responsabilizándose en todo momento del cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal, el personal a su cargo.
- 1.5 La información sobre los productos y servicios que se ha de proporcionar al público se introduce en las herramientas que la empresa tenga disponibles (manuales, catálogos en cualquier formato, agendas electrónicas, redes sociales, web, entre otros) y, en su caso, se transmite al personal correspondiente, de forma ágil y demostrando seguridad.
- 1.6 El plazo necesario para atender un servicio que requiera la elaboración de un documento de gestión comercial (estudio, esquema, boceto, presupuesto, contrato, entre otros) para la organización de un evento, decoración nupcial, gran espacio, empresas, entre otros, se cumple para entregar los referidos documentos, según lo establecido con el cliente.

2. Gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios del departamento comercial, supervisando los elementos que intervienen en el mismo, para optimizar el funcionamiento de la empresa de floristería.

- 2.1 La atención prestada al cliente en cualquier canal de venta (offline, online) por el personal a su cargo se supervisa para detectar desviaciones en el cumplimiento de los criterios de calidad marcados por la empresa.
- 2.2 Los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial (presencial, telefónico, web, redes sociales, empresas de transmisión floral, entre otros) se gestionan para su ejecución, comprobando que la

documentación recabada es completa y cumple las normas-parámetros de rentabilidad, disponibilidad, calidad, entre otros, de la empresa.

- 2.3 La dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio se asegura diariamente, así como el material necesario para las ventas (consumibles para medios de pago electrónico, hojas de pedidos, facturas, albaranes, entre otros), adoptando, en su caso, las medidas oportunas para garantizar su suministro en todo momento.
- 2.4 Los productos y servicios de la empresa de floristería (composiciones florales y/o con plantas, trabajos funerarios, nupciales, entre otros) y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos (página "web", tienda virtual y en cualquier otro soporte publicitario), se revisan, periódicamente, para mantenerlos actualizados, siguiendo los criterios de la empresa.
- 2.5 El reaprovisionamiento de la sala de ventas se supervisa, con criterios comerciales y estéticos para que no se produzca falta de producto, según sus características de (conservación, calidad, precio, demanda, entre otros), generando la oportuna orden de compra al proveedor establecido por la empresa, cuando sea necesario.
- 2.6 La venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja se gestiona, detectando posibles desviaciones, responsabilizándose, en su caso, de los efectuados por el personal a su cargo y actuando según los protocolos establecidos por la empresa, a fin de comprobar existencias o stock inactivo.

3. Gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela de la empresa de floristería, determinando las líneas de actuación para mejorar la calidad del servicio.

- 3.1 El comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia (sugerencia, queja o reclamación) se supervisa, comprobando que actúa conforme a las normas establecidas por la empresa, asumiendo en caso contrario, la responsabilidad para reconducir la situación.
- 3.2 Las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias (sugerencias, quejas o reclamaciones) de la clientela se determinan, implementando acciones que favorezcan el acuerdo, según la política de calidad de la empresa.
- 3.3 Las quejas o reclamaciones especiales se atienden, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés y presentando alternativas que faciliten el acuerdo, según los criterios que la empresa tenga establecidos y aplicando la normativa sobre derechos de los consumidores.
- 3.4 Las incidencias (sugerencias, quejas, devolución de productos, reclamaciones, entre otras) que puedan surgir en el proceso post-venta en la empresa de floristería se resuelven, dentro del marco de su responsabilidad, aplicando las medidas correctoras que la empresa tenga establecidas.

- 3.5 La forma de resolver una reclamación en la empresa de floristería se determina, según el procedimiento establecido y atendiendo a las normas legales de consumo, informando cuando sea necesario, de su formalización y/o presentación ante otras instancias.
- 3.6 La información que se suministra ante una incidencia se transmite, especificando los mecanismos disponibles en la empresa (queja, reclamación, mediación, arbitraje, entre otros), así como los documentos necesarios que se han de presentar para la tramitación (hoja de reclamación, factura, presupuesto, ticket de caja, entre otros), y evaluándolo posteriormente para la mejora de la calidad del servicio.

4. Informar a la dirección de las actividades de comercialización de la empresa de floristería, transmitiendo sugerencias y conclusiones para mejorar su funcionamiento.

- 4.1 La información sobre nuevos productos y servicios obtenidos por distintos canales (cursos de formación, publicaciones especializadas, asociaciones empresariales, entre otros) se procesa, periódicamente, para determinar las tendencias del sector y de la demanda, aportando al personal a su cargo la información correspondiente.
- 4.2 Los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias (sugerencias, quejas y reclamaciones) se elaboran, regularmente, para facilitarlos a la dirección de la empresa.
- 4.3 La formación del personal a su cargo se propone a la dirección, en función de las capacidades y necesidades de promoción, así como de las nuevas demandas de productos y servicios a comercializar por la empresa.
- 4.4 Las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio se transmiten, de manera clara al personal a su cargo, por el canal establecido para evitar futuras quejas y reclamaciones.
- 4.5 Las sugerencias y mejoras de las actividades de venta- procesos comerciales, acciones promocionales, nuevas operativas, entre otros- se transmiten, por el canal establecido a la dirección para su implementación 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 **UC1485_3: Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en la empresa de floristería**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Atención al público en la floristería

- Clientela en floristería: concepto de cliente, tipología de la clientela, motivación de compra. Comportamiento y lenguaje adecuado en la atención al cliente. Técnicas de venta presencial y no presencial. Métodos de fidelización de la clientela. Herramientas y canales para informar y atender al público sobre productos y servicios. Calidad en el servicio de la atención al cliente. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Procesos de mejora continua. Convenio interprovincial para el comercio de flores y plantas. Hojas de reclamaciones oficiales. Normativa autonómica de protección al consumidor. Normativa de protección medioambiental. Normativa de calidad. Normativa de comercio. Normativa de protección de datos de carácter personal. Nociones básicas de accesibilidad universal y diseño para todos. Normativa sobre gestión de residuos, reutilización y reciclaje.

2. Gestión del departamento comercial de la floristería

- Coordinación de personal. Presentación de productos/servicios: características, calidades, cantidades, servicios adicionales, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros. Fórmulas habituales en el argumentario de venta. Simulación de situaciones comerciales habituales. Gestión de pedidos de la floristería en cualquier canal comercial. Métodos para realizar el arqueo y cierre de caja. Sistemas de pago y de cobro. Documentación necesaria. Métodos de valoración de productos y servicios de la floristería. Técnicas de aprovisionamiento y control de mercancías en la sala de ventas y exposición. Elaboración de informes de la actividad de venta. Normativa de protección medioambiental. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Procesos de mejora continua. Convenio interprovincial para el comercio de flores y plantas. Normativa de protección medioambiental. Normativa de calidad. Normativa de protección de datos de carácter personal. Nociones básicas de accesibilidad universal y diseño para todos.

3. Gestión de quejas y reclamaciones

- Tipología de las quejas o reclamaciones más frecuentes en floristería. Aspectos a considerar ante una queja o reclamación. Documentos y pruebas de reclamación. Criterios básicos de comportamiento ante una situación de conflicto. Técnicas y estrategias de resolución de conflictos. Mecanismos de mediación y arbitraje. Proceso y fases en la tramitación de una reclamación. Documentación necesaria para la tramitación. Procesos de evaluación y mejora de quejas y reclamaciones. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Implantación de normativa de calidad en el servicio. Procesos de mejora continua. Convenio interprovincial para el comercio de flores y plantas. Hojas de reclamaciones oficiales. El arbitraje de consumo. Normativa autonómica de protección al consumidor. Normativa de protección medioambiental. Normativa de calidad. Normativa de comercio. Normativa de protección de datos de carácter personal. Nociones básicas de accesibilidad universal y diseño para todos.

4. Seguimiento económico de la empresa de floristería

- Demanda de nuevos productos y servicios de floristería. Tendencias de evolución en el sector. Documentación generada por el departamento

comercial de la floristería. Documentación de gestión de calidad de la floristería. Fuentes de información internas y externas que afectan a la economía de la floristería. Análisis de costes del departamento comercial de una floristería. Gestión de la formación del personal. Normativa de protección medioambiental. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Implantación de normativa de calidad en el servicio. Procesos de mejora continua. Convenio interprovincial para el comercio de flores y plantas. Normativa de protección medioambiental. Normativa de calidad. Normativa de protección de datos de carácter personal. Nociones básicas de accesibilidad universal y diseño para todos.

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 los clientes.
- 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 “UC1485_3: Gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en 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 gestionar la comercialización y el servicio de atención al público en 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. Atender al público de distintas formas.
2. Gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios.
3. Gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela.
4. Informar a la dirección de las actividades de comercialización.

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>Precisión en la atención al público de distintas formas.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Prestación de la atención al público.- Establecimiento de las necesidades de la clientela.- Recabado de la información necesaria.- Solicitud de los datos personales de los clientes y destinatarios.- Introducción de la información sobre los productos y servicios.- Cumplimiento del plazo necesario. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p> |
| <i>Eficiencia en la gestión del proceso de comercialización y prestación de servicios.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Supervisión de la atención prestada al cliente en cualquier canal de venta.- Gestión de los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial.- Control de la dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio diario, así como el material necesario para las ventas.- Revisión periódica de los productos y servicios y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos para mantenerlos actualizados.- Supervisión del reaprovisionamiento de la sala de ventas.- Gestión de la venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p> |
| <i>Exactitud en la gestión de las quejas y reclamaciones de la clientela.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Supervisión del comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia.- Determinación de las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias.- Atención de las quejas o reclamaciones especiales.- Resolución de las incidencias post-venta.- Determinación de la forma de resolver una reclamación. |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Transmisión de la información que se suministra ante una incidencia. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p> |
| <i>Rigor en la información de la dirección de las actividades de comercialización.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Procesamiento de la información sobre nuevos productos y servicios.- Elaboración de los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias.- Proposición a la dirección de la formación del personal a su cargo.- Transmisión de las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio.- Transmisión de las sugerencias y mejoras de las actividades de venta. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala D.</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 | <p><i>Para atender al público de distintas formas, presta la atención al público, ofreciendo una información clara y ordenada, con conocimientos amplios con las habilidades profesionales necesarias. Establece las necesidades de la clientela mediante técnicas de preguntas y escucha activa, asesorando con claridad y exactitud sobre las características, o planteando otros adicionales, sustitutivos o complementarios. Recaba la información necesaria para fijar la estrategia de comercialización, utilizando técnicas comerciales para gestionarla personalmente creando el clima para cerrar la venta con su correspondiente pedido. Solicita los datos personales de los clientes y destinatarios para incluirlos en la base de datos, responsabilizándose del cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal. Introduce la información sobre los productos y servicios en las herramientas que la empresa tenga disponibles. Cumple el plazo necesario para atender un servicio para entregar los referidos documentos según lo establecido con el cliente.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para atender al público de distintas formas, presta la atención al público, ofreciendo una información clara y ordenada, con conocimientos amplios con las habilidades profesionales</i></p> |

| | |
|---|--|
| | <p><i>necesarias. Establece las necesidades de la clientela mediante técnicas de preguntas y escucha activa, asesorando con claridad y exactitud sobre las características, o planteando otros adicionales, sustitutivos o complementarios. Recaba la información necesaria para fijar la estrategia de comercialización, utilizando técnicas comerciales para gestionarla personalmente creando el clima para cerrar la venta con su correspondiente pedido. Solicita los datos personales de los clientes y destinatarios para incluirlos en la base de datos, responsabilizándose del cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal. Introduce la información sobre los productos y servicios en las herramientas que la empresa tenga disponibles. Cumple el plazo necesario para atender un servicio para entregar los referidos documentos según lo establecido con el cliente, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para atender al público de distintas formas, presta la atención al público, ofreciendo una información clara y ordenada, con conocimientos amplios con las habilidades profesionales necesarias. Establece las necesidades de la clientela mediante técnicas de preguntas y escucha activa, asesorando con claridad y exactitud sobre las características, o planteando otros adicionales, sustitutivos o complementarios. Recaba la información necesaria para fijar la estrategia de comercialización, utilizando técnicas comerciales para gestionarla personalmente creando el clima para cerrar la venta con su correspondiente pedido. Solicita los datos personales de los clientes y destinatarios para incluirlos en la base de datos, responsabilizándose del cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal. Introduce la información sobre los productos y servicios en las herramientas que la empresa tenga disponibles. Cumple el plazo necesario para atender un servicio para entregar los referidos documentos según lo establecido con el cliente, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No atiende al público de distintas formas.</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 gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios, supervisa la atención prestada al cliente en cualquier canal de venta por el personal a su cargo para detectar desviaciones en el cumplimiento de los criterios de calidad marcados por la empresa. Gestiona los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial, comprobando que la documentación recabada es completa y cumple las normas- parámetros de rentabilidad, disponibilidad y calidad. Controla la dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio diario, así como el material necesario para las ventas, adoptando las medidas oportunas para garantizar su suministro en todo momento. Revisa periódicamente los productos y servicios y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos para mantenerlos actualizados, siguiendo los criterios de la empresa. Supervisa el reaprovisionamiento de la sala de ventas para que no se produzca falta de producto según sus características de, generando la oportuna orden de compra al proveedor establecido por la empresa, cuando sea necesario. Gestiona la venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja detectando posibles desviaciones actuando según los protocolos establecidos por la empresa, a fin de comprobar existencias o stock inactivo.</i></p> |
|---|---|

| | |
|---|---|
| 3 | <p><i>Para gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios, supervisa la atención prestada al cliente en cualquier canal de venta por el personal a su cargo para detectar desviaciones en el cumplimiento de los criterios de calidad marcados por la empresa. Gestiona los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial, comprobando que la documentación recabada es completa y cumple las normas- parámetros de rentabilidad, disponibilidad y calidad. Controla la dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio diario, así como el material necesario para las ventas, adoptando las medidas oportunas para garantizar su suministro en todo momento. Revisa periódicamente los productos y servicios y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos para mantenerlos actualizados, siguiendo los criterios de la empresa. Supervisa el reaprovisionamiento de la sala de ventas para que no se produzca falta de producto según sus características de, generando la oportuna orden de compra al proveedor establecido por la empresa, cuando sea necesario. Gestiona la venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja detectando posibles desviaciones actuando según los protocolos establecidos por la empresa, a fin de comprobar existencias o stock inactivo, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para gestionar el proceso de comercialización y prestación de servicios, supervisa la atención prestada al cliente en cualquier canal de venta por el personal a su cargo para detectar desviaciones en el cumplimiento de los criterios de calidad marcados por la empresa. Gestiona los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial, comprobando que la documentación recabada es completa y cumple las normas- parámetros de rentabilidad, disponibilidad y calidad. Controla la dotación de la cuantía de la caja y la disponibilidad de cambio diario, así como el material necesario para las ventas, adoptando las medidas oportunas para garantizar su suministro en todo momento. Revisa periódicamente los productos y servicios y sus correspondientes precios de venta y disponibilidad, así como la información de los mismos para mantenerlos actualizados, siguiendo los criterios de la empresa. Supervisa el reaprovisionamiento de la sala de ventas para que no se produzca falta de producto según sus características de, generando la oportuna orden de compra al proveedor establecido por la empresa, cuando sea necesario. Gestiona la venta de productos y servicios a contado o a crédito, así como el arqueo y cierre de caja detectando posibles desviaciones actuando según los protocolos establecidos por la empresa, a fin de comprobar existencias o stock inactivo, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No gestiona el proceso de comercialización y prestación de 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 gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela, supervisa el comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia, comprobando que actúa conforme a las normas establecidas por la empresa, asumiendo en caso contrario la responsabilidad. Determina las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias, implementando acciones que favorezcan el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones especiales adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés y presentando alternativas que faciliten el acuerdo, según la normativa sobre derechos de los</i></p> |
|---|---|

| | |
|---|--|
| | <p><i>consumidores. Resuelve las incidencias post-venta dentro del marco de su responsabilidad, aplicando las medidas correctoras que la empresa tenga establecidas. Determina la forma de resolver una reclamación según el procedimiento establecido y atendiendo a las normas legales de consumo, informando cuando sea necesario de la formalización y/o presentación de la misma ante otras instancia. Transmite la información que se suministra ante una incidencia, especificando los mecanismos disponibles así como los documentos necesarios que se han de presentar para la tramitación y evaluándolo posteriormente para la mejora de la calidad del servicio.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela, supervisa el comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia, comprobando que actúa conforme a las normas establecidas por la empresa, asumiendo en caso contrario la responsabilidad. Determina las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias, implementando acciones que favorezcan el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones especiales adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés y presentando alternativas que faciliten el acuerdo, según la normativa sobre derechos de los consumidores. Resuelve las incidencias post-venta dentro del marco de su responsabilidad, aplicando las medidas correctoras que la empresa tenga establecidas. Determina la forma de resolver una reclamación según el procedimiento establecido y atendiendo a las normas legales de consumo, informando cuando sea necesario de la formalización y/o presentación de la misma ante otras instancia. Transmite la información que se suministra ante una incidencia, especificando los mecanismos disponibles así como los documentos necesarios que se han de presentar para la tramitación y evaluándolo posteriormente para la mejora de la calidad del servicio, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para gestionar las quejas y reclamaciones de la clientela, supervisa el comportamiento del personal a su cargo ante una incidencia, comprobando que actúa conforme a las normas establecidas por la empresa, asumiendo en caso contrario la responsabilidad. Determina las líneas de actuación a seguir para la atención de incidencias, implementando acciones que favorezcan el acuerdo. Atiende las quejas o reclamaciones especiales adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés y presentando alternativas que faciliten el acuerdo, según la normativa sobre derechos de los consumidores. Resuelve las incidencias post-venta dentro del marco de su responsabilidad, aplicando las medidas correctoras que la empresa tenga establecidas. Determina la forma de resolver una reclamación según el procedimiento establecido y atendiendo a las normas legales de consumo, informando cuando sea necesario de la formalización y/o presentación de la misma ante otras instancia. Transmite la información que se suministra ante una incidencia, especificando los mecanismos disponibles así como los documentos necesarios que se han de presentar para la tramitación y evaluándolo posteriormente para la mejora de la calidad del servicio, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No gestiona las quejas y reclamaciones de la clientela.</i></p> |

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

Escala D

4 

| | |
|---|---|
| | <p><i>Para informar a la dirección de las actividades de comercialización, procesa la información sobre nuevos productos y servicios periódicamente para determinar las tendencias del sector y de la demanda. Elabora los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias regularmente para facilitarlos a la dirección de la empresa. Propone la dirección de la formación del personal a su cargo, en función de las capacidades y necesidades de promoción, así como de las nuevas demandas de productos y servicios a comercializar por la empresa. Transmite las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio de manera clara al personal a su cargo por el canal establecido para evitar futuras quejas y reclamaciones. Transmite las sugerencias y mejoras de las actividades de venta por el canal establecido a la dirección para su implementación en la empresa.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para informar a la dirección de las actividades de comercialización, procesa la información sobre nuevos productos y servicios periódicamente para determinar las tendencias del sector y de la demanda. Elabora los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias regularmente para facilitarlos a la dirección de la empresa. Propone la dirección de la formación del personal a su cargo, en función de las capacidades y necesidades de promoción, así como de las nuevas demandas de productos y servicios a comercializar por la empresa. Transmite las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio de manera clara al personal a su cargo por el canal establecido para evitar futuras quejas y reclamaciones. Transmite las sugerencias y mejoras de las actividades de venta por el canal establecido a la dirección para su implementación en la empresa, pero comete pequeños fallos a lo largo del proceso que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para informar a la dirección de las actividades de comercialización, procesa la información sobre nuevos productos y servicios periódicamente para determinar las tendencias del sector y de la demanda. Elabora los informes y análisis sobre los datos de atención al público, proceso de comercialización, prestación de servicios e incidencias regularmente para facilitarlos a la dirección de la empresa. Propone la dirección de la formación del personal a su cargo, en función de las capacidades y necesidades de promoción, así como de las nuevas demandas de productos y servicios a comercializar por la empresa. Transmite las modificaciones orientadas a optimizar la calidad del servicio de manera clara al personal a su cargo por el canal establecido para evitar futuras quejas y reclamaciones. Transmite las sugerencias y mejoras de las actividades de venta por el canal establecido a la dirección para su implementación en la empresa, pero comete grandes fallos a lo largo del proceso que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No informa a la dirección de las actividades de comercialización.</i></p> |

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

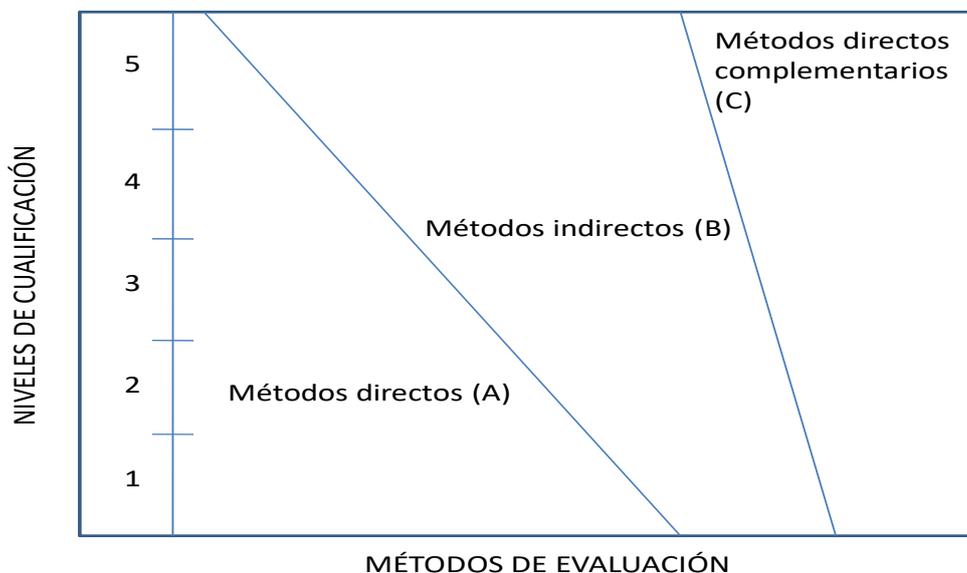
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 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 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.