



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2104_2: Gestionar un pequeño comercio”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE
GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO**

Código: COM631_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 UC2104_2: Gestionar un pequeño comercio.

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 un pequeño comercio, 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. Determinar las características del pequeño comercio, definiendo un modelo de negocio, valorando la oportunidad, viabilidad, localización, omnicanalidad, entre otros, para su puesta en marcha.

- 1.1 Las necesidades de un pequeño comercio (instalaciones, equipamiento, mobiliario, sistemas de facturación y cobro, terminal punto de venta -TPV-, entre otros) se establecen, analizando el modelo de negocio, los productos y la clientela objetivos, elaborando un plan de inversiones.
- 1.2 La ubicación del local se determina, evaluando las ventajas e inconvenientes de las posibles localizaciones, considerando factores tales como: coste, situación, proximidad a la clientela objetivo, accesibilidad, entre otros.
- 1.3 La política de ventas de los productos y/o servicios (precio, modalidades/facilidades de pago, promociones/descuentos, entre otras), se determinan analizando el margen de beneficios objetivo, costes, ingresos, impuestos, precios de la competencia, percepción del valor por la clientela, diferenciación del producto, entre otros.
- 1.4 La incorporación de innovaciones tecnológicas, comerciales y/o de gestión se determinan, realizando análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), analizando la competencia y otros mercados, entre otras.
- 1.5 El modelo de negocio del pequeño comercio se define, previendo las funciones que serán externalizadas, considerando posibles escenarios de crecimiento empresarial, entre otras.
- 1.6 La estrategia digital del pequeño comercio se define, incorporando acciones de omnicanalidad, mejorando la atención a la clientela.

2. Implantar un pequeño comercio, atendiendo al modelo de negocio elegido: características, productos o servicios ofertados a la clientela, para conseguir la rentabilidad prevista.

- 2.1 La tenencia del local, en propiedad, alquiler, entre otros, se determina, analizando los costes, presupuestos, obligaciones legales, nivel de apalancamiento financiero, entre otras.
- 2.2 Las instalaciones, equipamiento y mobiliario para el desarrollo de la actividad de venta y servicios adicionales del pequeño comercio de proximidad se implementan, cumpliendo con los requisitos legales aplicables, considerando criterios de calidad, cumpliendo con planificación presupuestaria, entre otras.
- 2.3 El personal se contrata, estimando las previsiones de necesidades permanentes y temporales de capital humano, definiendo los perfiles y puestos a cubrir, analizando los tipos de contrato, entre otras.
- 2.4 La gestión económico-financiera del comercio se desarrolla, realizando una planificación de las necesidades de tesorería y financiación de la empresa, contratando productos financieros y de crédito, dimensionando un fondo de maniobra acorde a los estados contables previsionales en escenarios de contingencia, entre otros.
- 2.5 Las inversiones para equipamiento y/o modernización del comercio se realizan, valorando las opciones de financiación: subvenciones, crédito, renting, póliza, ampliación de capital, fondos propios, entre otras, adaptando la planificación económica-financiera, considerando variables de holgura ante posibles escenarios de contingencias,

utilizando asesoramiento económico-financiero especializado, entre otros.

- 2.6 Las pólizas de seguro para el ejercicio de la actividad se contratan, analizando sus coberturas, contratando la que cubra los riesgos de un pequeño comercio.

3. Cumplir con las obligaciones mercantiles, laborales, tributarias, de consumo, entre otras, realizando trámites preferentemente por vía electrónica, para la puesta en marcha de un pequeño comercio.

- 3.1 La constitución y funcionamiento del pequeño comercio de proximidad se tramita, buscando asesoramiento especializado en profesionales independientes, asociaciones empresariales, servicios específicos de apoyo a emprendimiento y empresas, entre otros.
- 3.2 El registro y depósito mercantil de los documentos obligatorios: visado de libros y las obligaciones registrales, entre otras, se realizan, cumpliendo la normativa aplicable y régimen tributario.
- 3.3 Los trámites de carácter laboral del pequeño comercio: nóminas, pago de impuestos, contratación de personal extra, entre otros, se gestionan, recibiendo asesoramiento de profesionales externos.
- 3.4 Los impuestos y obligaciones fiscales: declaraciones, recargos de equivalencia, entre otros, se liquidan, respetando el calendario fiscal, contratando asesoramiento especializado.
- 3.5 La documentación mercantil, contable, fiscal, laboral, entre otras, se gestiona, respetando los requisitos legales de custodia, seguridad y confidencialidad, entre otros.

4. Gestionar la actividad económica, la tesorería, la financiación de un pequeño comercio, entre otros, garantizando su rentabilidad y sostenibilidad, para satisfacer los compromisos adquiridos en tiempo y forma.

- 4.1 El presupuesto y resultado de explotación previsional se establece, estimando ventas y costes, analizando el entorno de referencia sectorial, la información socioeconómica del área de influencia, la evolución de comercios similares, entre otras.
- 4.2 El control de tesorería de cobros y pagos se elabora, considerando las fechas de vencimiento previstas de futuros ingresos y gastos, estableciendo variables de holgura para que el fondo de maniobra sea suficiente y ajustado a las necesidades de solvencia.
- 4.3 Las operaciones de tesorería de la actividad del comercio se realizan, seleccionando los medios de tesorería convencionales y/o electrónicos que sean demandados por el mercado, operando con bancos u otros agentes facilitadores de servicios financieros, entre otros.
- 4.4 La liquidez y solvencia del pequeño comercio se comprueba, estableciendo una planificación económico-financiera, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro futuras, atendiendo a la información diaria de las operaciones.

- 4.5 La situación de la actividad económica y financiera del pequeño comercio se valora, estableciendo una sistemática de control periódica -diaria, semanal, mensual u otra-, midiendo ratios de rentabilidad, endeudamiento, solvencia (entre otros), detectando desajustes, aplicando medidas correctoras.

5. Definir estrategias en la prestación de servicios a la clientela, potenciando el trato personalizado, para la mejora competitiva del pequeño comercio.

- 5.1 Los sistemas normalizados de calidad, servicio y códigos de buenas prácticas aplicables al pequeño comercio se implantan, adaptando protocolos de cortesía, comprensión, credibilidad, trato personalizado, entre otros, valorando los canales presenciales y electrónicos con un enfoque de omnicanalidad.
- 5.2 Los servicios postventa -reparaciones, envíos a domicilio, gestión de garantía, entre otros- propios del servicio de proximidad y calidad del pequeño comercio se establecen, valorando su coste y efectividad, analizando las características de la tienda, las demandas de la clientela, los usos de sector, entre otros.
- 5.3 Los horarios y calendario de apertura del comercio, periodos promocionales, entre otros, se determinan, respetando la normativa aplicable de comercio interior, ordenanzas municipales, entre otros.
- 5.4 El seguimiento de la calidad del servicio prestado se realiza, estableciendo una sistemática de control, utilizando herramientas digitales: sistemas de planificación de recursos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP), Gestión de Relación con los Clientes Customer Relationship Management (CRM), entre otras, midiendo resultados, implementando acciones de mejora, entre otras.
- 5.5 La política de precios se aplica, cumpliendo la normativa en comercio interior y consumo, manteniendo accesible la información actualizada al consumidor, integrando la información on/off line, entre otras.
- 5.6 Las medidas de control y evaluación de pérdidas en un pequeño comercio: robos, hurtos, roturas y daños de los productos se establecen, utilizando sistemas electrónicos de alarma o vigilancia, realizando inventarios físicos periódicos, u otros instrumentos, valorando la conveniencia y oportunidad de contratar pólizas de seguros que cubran dichas contingencias, entre otras.
- 5.7 La gestión de residuos en un pequeño comercio, la eficiencia energética y la implementación de acciones de economía circular se desarrolla, contratando asesoramiento personalizado, realizando auditorías internas, acciones formativas, entre otras.

6. Incorporar herramientas digitales de gestión de un pequeño comercio, controlando el cumplimiento de objetivos, midiendo desviaciones sobre resultados esperados e Indicadores clave de rendimiento (KPI), entre otros, para mejorar la fidelización de la clientela.

- 6.1 Los objetivos de gestión del comercio se cumplen, utilizando sistemas de planificación de recursos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP), Gestión de Relación con los Clientes Customer Relationship Management (CRM), midiendo desviaciones sobre los resultados establecidos, utilizando indicadores clave de rendimiento (KPI).
- 6.2 Las desviaciones sobre los objetivos establecidos se analizan, estableciendo medidas correctoras, considerando posibles escenarios de mercado, redefiniendo nuevos indicadores clave de rendimiento (KPI), entre otras.
- 6.3 Los planes de acción para la consecución de los objetivos fijados para la gestión del comercio se revisan, estableciendo controles continuos o de carácter periódico, reajustando la planificación a los cambios internos y/o externo en el mercado, entre otras.
- 6.4 Los programas de fidelización de clientes en el pequeño comercio se coordinan, implementando acciones promocionales, mejorando la vinculación con la clientela.

7. Mejorar la experiencia de usuario en los canales de comunicación con la clientela, determinando el público objetivo, analizando a la competencia, para mejorar la calidad del modelo de negocio implantado.

- 7.1 La calidad de la experiencia de usuario en los distintos canales se evalúa, realizando encuestas de satisfacción, parametrizando la interacción de los usuarios en los canales digitales: página web, redes sociales, apps móviles, entre otras, analizando los servicios de la competencia (benchmarking).
- 7.2 El plan de comunicación en el pequeño comercio se implementa, asignando personal y medios propios para ejecución y/o supervisión, subcontratando servicios especializados externos, entre otros.
- 7.3 La mejora continua de la experiencia de la clientela se consigue, analizando experiencias en múltiples mercados de referencia, asistiendo a jornadas/foros del sector, aplicando planes de formación continua, entre otros.
- 7.4 La estrategia omnicanal del pequeño comercio se implementa, atendiendo a un enfoque multicanal, fomentando las ventas y la calidad en el servicio postventa, mejorando la experiencia cohesiva de los usuarios.
- 7.5 El modelo de negocio online de un pequeño comercio se implementa, analizando la propuesta de valor, segmentos de mercado objetivo, canales de distribución, relaciones con la clientela, red de socios, estructura de costes, modelo de ingresos, entre otros.

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 **UC2104_2: Gestionar un pequeño comercio**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Implantación del proyecto y gestión de ventas de un pequeño comercio

- El comercio al por menor y el pequeño comercio: características y competitividad. Análisis del entorno comercial: localización, zona de influencia, clientela, competidores. Técnicas de selección de la ubicación del local comercial. Definición de la oferta comercial. Técnicas de fijación de precios. Riesgos y seguros en el pequeño comercio. Características e implicaciones de las formas jurídicas habituales en pequeños comercios: trabajador autónomo, empresario individual, sociedad limitada u otras. Trámites de constitución, apertura y modificaciones en pequeños comercios. La ventanilla única empresarial. Normativa aplicable al pequeño comercio en materia de comercio interior, consumo, garantías, derecho mercantil, entre otras.
- Elaboración de proyectos de tienda con integración de todos los elementos para su implantación. Objetivos de control y seguimiento de ventas. Canales de distribución/Omnicanalidad. Densidad Comercial y áreas comerciales de referencia. Segmentación/Diferenciación del mercado. Aplicación de KPI básico a la actividad comercial. Evaluación del plan de ventas y satisfacción de la clientela. Elaboración de medidas correctoras. Aplicación de las tecnologías de información y comunicación al pequeño comercio: Internet, comercio electrónico, comunicación omnicanal. Aplicaciones informáticas de gestión de gestión y control (CRM, ERP, entre otros).

2. Financiación y control económico de la actividad en el pequeño comercio

- Elaboración de planes de inversión. Previsión de ingresos, gastos, márgenes y resultados. Elaboración de cuentas de resultados básicas. Necesidades de financiación y tesorería. Dimensionamiento del Fondo de maniobra. Fuentes y formas de financiación: criterios para su selección. Subvenciones y ayudas públicas al pequeño comercio. Otras formas de financiación: aplazamientos de pago, descuentos, créditos bancarios, fianzamientos. Viabilidad económica financiera de la actividad. Cálculo e interpretación de ratios económico financieros básicos. Gestión de tesorería en pequeños comercios: medios de cobros y pago. Técnicas de control de los flujos de tesorería y liquidez en pequeños comercios: calendario de cobros y pagos, ajustes y desajustes de liquidez. Aplicación de herramientas informáticas para el control de económico-financiero/tesorería.

3. Gestión administrativa en el pequeño comercio

- Determinación de las obligaciones contables, fiscales y laborales del comercio. Gestión contable en pequeños comercios: registro de operaciones y libros contables. Gestión fiscal en pequeños comercios: modalidades de tributación y calendario fiscal. Procedimientos de declaración tributaria habituales en pequeños comercios: IVA, IRPF u otros. Gestión laboral en pequeños comercios: partes de altas y bajas; nóminas y boletines de cotización. Paquetes integrados de gestión administrativa en pequeños comercios.

4. Gestión de la calidad, medioambiente y RSC (Responsabilidad Social Corporativa) en pequeños comercios

- Características y atributos de servicio de calidad en pequeños comercios. Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios. Definición de pautas y estrategias de atención de calidad a la clientela en pequeños comercios. Prestación de servicios adicionales a la venta en pequeños comercios. Gestión de incidencias, reclamaciones y quejas en pequeños comercios. Hoja de reclamación: modelos, cumplimentación y tramitación. Normativa de protección al consumidor aplicada a pequeños comercios. Juntas arbitrales de consumo: procedimientos y ventajas. Criterios comerciales y de seguridad para el mantenimiento, conservación y acondicionamiento de instalaciones y exposición de productos en pequeños comercios. Instrumentos de medida de la satisfacción de la clientela. Sistemas de control, prevención y evaluación de pérdidas, robos, hurtos, roturas y daños de los productos en pequeños comercios. Sistemas de gestión de residuos, envases y embalajes en pequeños comercios. Principios y acciones de eficiencia energética aplicables a pequeños comercios.

5. Estrategia omnicanal del pequeño comercio

- Tipología de clientela. Canales de venta: apps móviles, web, email, teléfono, tienda física. Sala de exposiciones (showroom), tienda efímera (Pop-up stores), compra y recoge (click & collect). Integración de estrategias online y offline. Experiencia de usuario en tienda y en la web. Servicio postventa. Gestión de devoluciones. Mejora en la atención a la clientela. Fidelización de la clientela. Modelos de negocio online y offline. Nuevas tendencias en comercio físico: segunda mano, Compra Ahora Paga Después (Buy Now Pay Later, BNPL), alquiler de productos.

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 resistencia al estrés, estabilidad de ánimo y control de impulsos.
- Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.
- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.
- Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.
- Aplicar de forma efectiva el principio de igualdad de trato y no discriminación en las condiciones de trabajo entre mujeres y hombres.
- Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

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 “UC2104_2: Gestionar un pequeño comercio”, 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 gestionar un pequeño comercio, 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.** Crear un pequeño comercio.
- 2.** Gestionar la actividad de un pequeño comercio.
- 3.** Incorporar herramientas digitales.

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.

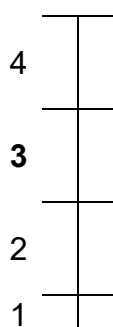
Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

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>Idoneidad en la creación de un pequeño comercio.</i>	- Implantación de las necesidades de un pequeño. - Determinación de la ubicación. - Determinación de la política de precios. - Definición del modelo de negocio y de la estrategia digital. - Ejecución de las instalaciones, equipamiento y mobiliario para el desarrollo de la actividad. - Contratación del personal. - Realización de las inversiones para equipamiento. - Contratación de las pólizas de seguro. - Tramitación de La constitución y funcionamiento del pequeño comercio de proximidad. - Realización del registro y depósito mercantil de los documentos obligatorios. - Gestión de trámites administrativos. - Liquidación de impuestos y obligaciones fiscales. - Gestión de la documentación. <i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A</i>
<i>Rigor en la gestión de la actividad de un pequeño comercio.</i>	- Implantación del presupuesto y resultado de explotación previsional. - Elaboración del control de tesorería de cobros y pagos. - Realización de las operaciones de tesorería. - Comprobación de la liquidez y solvencia del pequeño comercio. - Valoración de la situación de la actividad económica y financiera del pequeño comercio.

	- Implantación de los sistemas normalizados de calidad, servicio y códigos de buenas prácticas aplicables al pequeño comercio. - Establecimiento de los servicios postventa. - Determinación de los horarios y calendario de apertura del comercio, periodos promocionales. - Aplicación de la política de precios. - Realización de la gestión de residuos. <i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B</i>
<i>Exhaustividad en la incorporación de herramientas digitales.</i>	- Cumplimiento de los objetivos de gestión del comercio. - Análisis de las desviaciones sobre los objetivos establecidos. - Revisión de los planes de acción para la consecución de los objetivos. - Coordinación de los programas de fidelización de clientes. - Evaluación de la calidad de la experiencia de usuario en los distintos canales. - Análisis de la estrategia omnicanal del pequeño comercio. - Realización del modelo de negocio online de un pequeño comercio. <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 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



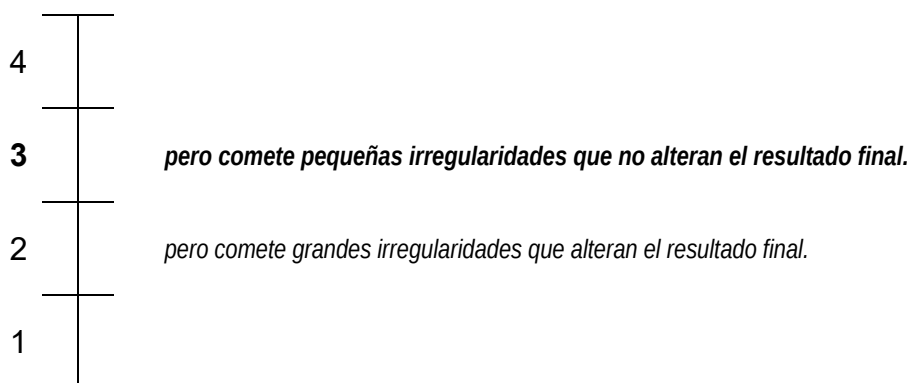
3 *pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.*

2 *pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.*



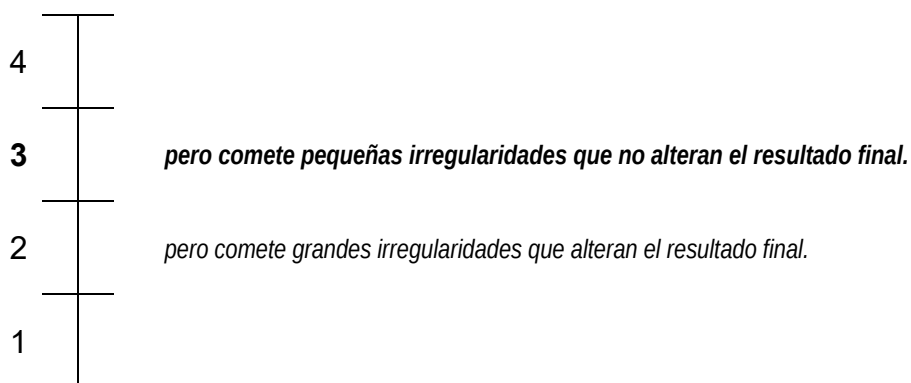
Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala B



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

Escala C



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.

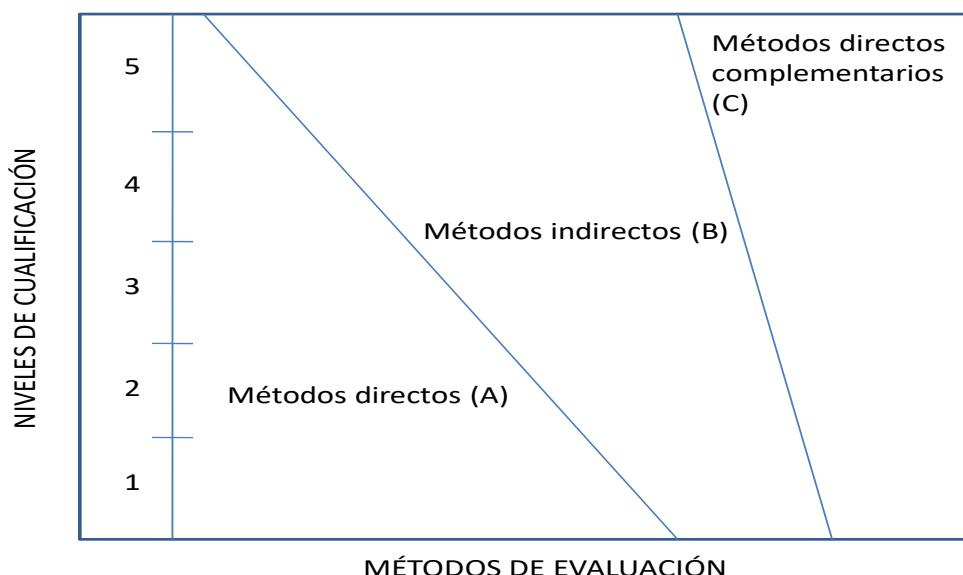
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá

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 no formal y no tenga experiencia en el proceso de Gestionar un pequeño comercio, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f)
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

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

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



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

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