



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2182_3: Comercializar servicios de transporte por carretera”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN COMERCIAL Y
FINANCIERA DEL TRANSPORTE POR CARRETERA**

Código: COM651_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 UC2182_3: Comercializar servicios de transporte por carretera.

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 servicios de transporte por carretera, 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. Publicitar servicios de transporte por carretera, aplicando técnicas de marketing, gestionando relaciones con la clientela para garantizar su difusión, ampliando la cartera de clientela.

1.1 La información sobre precios, rutas, horarios, destinos, entre otros, se facilita, atendiendo a criterios de demanda de los usuarios de servicios

de transporte por carretera, segmentando el mercado en función de la tipología de clientela potencial.

- 1.2 La oferta y demanda de los servicios de transporte por carretera, se actualiza, consultando informes de centros de referencia, observatorios profesionales, estadísticas del sector, entre otros, utilizando sistemas EDI (Electronic Data Exchange).
- 1.3 El análisis de la demanda en servicios de transporte por carretera, se efectúa, segmentando el mercado, identificando nichos de clientela potencial y oportunidades de negocio.
- 1.4 El estudio de la competencia, se realiza, comparando servicios prestados, volumen de negocio, cuota de mercado, datos comerciales, entre otros, atendiendo a criterios comerciales: tipo de vehículo, tiempos mínimos, regularidad, línea y temporada, entre otros.
- 1.5 La información sobre tipos de servicios de transporte por carretera ofertados se recoge, identificando en un informe de gestión, las variables de oferta y demanda, e interpretando su evolución y variación, interpretando la información del plan de marketing y planificación comercial de la organización.
- 1.6 Los servicios de transporte por carretera, se promocionan, utilizando estrategias online y offline, captando clientela potencial, aplicando técnicas de marketing directo, viral, relacional, entre otros, gestionando campañas de fidelización.

2. Gestionar la demanda de servicios de transporte por carretera, aplicando técnicas de venta, tanto presencial como telemáticas, fidelizando a la clientela a través de redes sociales para alcanzar objetivos de venta.

- 2.1 Las acciones de marketing y promoción del servicio de transporte, se determinan, aplicando las técnicas de promoción y publicidad en función del tipo de servicio y clientela a los que se dirigen.
- 2.2 El servicio de transporte, se difunde, empleando acciones de marketing directo, telemarketing, buzoneo, carteo, listas de distribución electrónica, publicidad en redes sociales, entre otras.
- 2.3 Las comunicaciones comerciales con la clientela del servicio de transporte por carretera, se efectúan, aplicando técnicas de captación, analizando objetivos corporativos, información de servicios regulares, apertura de oficinas, entre otros.
- 2.4 Los datos de contactos comerciales y la clientela se incluyen, registrando la información en ficheros y bases de datos, actualizando los existentes, utilizando aplicaciones de gestión de la clientela CRM (Customer Relationship Management).
- 2.5 La clientela de servicios de transporte por carretera se fidelizan, mejorando la atención directa, ofreciendo servicios personalizados, potenciando la venta cruzada y complementaria.

3. Detectar necesidades de la clientela de servicios de transporte por carretera empleando, criterios de clasificación, segmentación, estudios de mercado, entre otros para adoptar

decisiones dentro del plan de marketing asociado al servicio de transporte.

- 3.1 Los servicios de transporte por carretera con mayor demanda, se identifican, analizando la información generada en las interacciones presenciales o telefónicas con la clientela, registrando las solicitudes de información y sugerencias realizadas por la clientela.
- 3.2 La información de la clientela se recaba, entrevistando al usuario del servicio o persona de contacto establecida como representante, en un ambiente cordial.
- 3.3 Las condiciones del servicio de transporte por carretera se analizan, deduciendo posibilidades de mejora, reducción de costes, valor añadido a aportar a la clientela, entre otros.
- 3.4 El nivel de satisfacción de la clientela se mide, empleando encuestas de satisfacción de la clientela y analizando las respuestas en función de las características de la empresa y los recursos disponibles.
- 3.5 Los servicios de transporte por carretera de atención personalizada (premium) se planifican, ofreciendo una atención diferenciada a la clientela: catering a bordo, asientos ergonómicos, climatización inteligente, entre otros.
- 3.6 Los servicios de transporte por carretera adaptados a personas con movilidad reducida (PMR) se planifican, mejorando el acompañamiento desde las salas premium, prestando asistencia en el embarque y desembarque, destinando espacios a viajeros en silla de ruedas, numerando las butacas en Braille, entre otros.

4. Confeccionar presupuestos en función de las necesidades de la clientela, realizando ofertas de servicios de transporte por carretera competitivas para garantizar el margen de beneficio, política de precios, tarifas, entre otros, determinados previamente por la organización.

- 4.1 La oferta o presupuesto del servicio de transporte por carretera se confecciona, examinando: las peticiones y necesidades de la clientela, las actividades auxiliares necesarias -estiba y desestiba-, almacén, disponibilidad de vehículos, usos y términos comerciales acordados (Incoterms), necesidades de personal y retornos facilitados por el departamento de tráfico, entre otros.
- 4.2 Los costes fijos y variables, de la operación: paralizaciones, manipulación, estancia en almacén, seguros, gestiones administrativas, entre otras, se calculan, procesando la información suministrada por el departamento financiero o contable de la empresa de transporte por carretera, aplicando las tarifas y márgenes fijados por la organización.
- 4.3 La oferta vinculante del servicio de transporte por carretera, se determina, procesando las partidas del servicio de transporte, las tarifas de la organización, cargas fiscales de la prestación del servicio, seguros, otros costes o riesgos que pudieran ocurrir según el tipo de

operación -viajeros o mercancías, peligrosas o perecederas- periodo de vigencia de la oferta, cláusulas de revisión entre otras.

- 4.4 El presupuesto del servicio de transporte y actividades auxiliares acordadas se elabora teniendo en cuenta las partidas, costes, fiscalidad, márgenes comerciales, descuentos, especificando las variables de la operación acordadas con la clientela y establecidas por la organización.
- 4.5 La oferta vinculante del servicio de transporte por carretera, se entrega, informando a la clientela sobre las condiciones del servicio: precio, condiciones de pago, desviaciones, descuentos, medios de pago, penalizaciones, entre otros, explicando alternativas en las condiciones de pago y contratación, atendiendo a criterios financieros y de producción.

5. Pactar condiciones de servicios de transporte por carretera, utilizando técnicas y habilidades de negociación para cerrar la operación y el contrato de transporte.

- 5.1 Las cláusulas y precios de la oferta de prestación del servicio de transporte se presentan, detallando a la clientela información sobre: número de vehículos, horarios, líneas y cualquier excepción que suponga alteración en el servicio estándar.
- 5.2 El proceso de negociación de la oferta se gestiona, identificando rangos y márgenes de la propuesta presupuestaria, negociando las objeciones con la clientela, diferenciándose frente a la competencia.
- 5.3 Las actividades auxiliares del servicio de transporte por carretera: agencia de transporte, transitarios, almacenistas-distribuidores, centros de información y distribución de cargas, estaciones de transporte, arrendamiento de vehículos, entre otros, se revisan colaborando con la clientela, adaptando cada servicio a la demanda prevista, aplicando criterios de calidad y eficacia medioambiental.
- 5.4 Los cambios en las condiciones de la oferta -precio de servicios de transporte, coste, servicios añadidos, costes extras, condiciones de pago, penalizaciones, entre otros, se explican, motivando su aplicación, temporalidad, cambio de precios de combustibles y revisiones pactadas, concretando la responsabilidad de las partes.
- 5.5 Las condiciones sobre penalizaciones, resolución de conflictos, arbitraje, volúmenes de movimiento, precios, temporalidad, nivel de servicio, horarios de servicios, tiempo de reacción, entre otros, se gestionan, negociando con proveedores y clientela, mejorando los márgenes de beneficio, adoptando una actitud flexible y asertiva en los acuerdos a alcanzar.

6. Preparar la documentación comercial, contrato de transporte, carta de porte, entre otros, garantizando la ejecución de la operación en las condiciones acordadas en el servicio de transporte por carretera.

- 6.1 Los términos acordados durante el proceso de negociación se redactan, siguiendo el modelo de contrato-tipo de transporte por carretera, carta de porte o convenio CMR, respetando las cláusulas pactadas, riesgos y responsabilidades entre las partes.
- 6.2 El modelo de contrato se confecciona, cumplimentando los apartados que lo componen: partes implicadas, objeto del contrato, condiciones de transporte, cláusulas de salvaguardia, entre otros, previniendo conflictos posteriores entre las partes.
- 6.3 Las obligaciones legales derivadas de la firma de un contrato de transporte se determinan, haciendo hincapié en las condiciones de transporte y convenios de transporte internacional de mercancías.
- 6.4 El plan de prevención sobre riesgos laborales se aplica, abarcando la actividad empresarial de transporte por carretera, reduciendo los riesgos derivados del puesto de trabajo, exposición a vibraciones del vehículo, posturas estáticas, manipulación manual de cargas, exposición al ruido, inhalación de vapores y gases tóxicos (combustibles), fatiga física y mental, entre otros.
- 6.5 Las responsabilidades entre las partes, se delimitan, atendiendo a lo acordado en el contrato de transporte, dirimiendo cualquier controversia relativa a la interpretación, aplicación o ejecución del contrato ante la Junta Arbitral del Transporte.

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 **UC2182_3: Comercializar servicios de transporte por carretera**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Análisis de mercado del servicio de transporte por carretera

- Estructura y organización del mercado de transporte por carretera: características e instituciones, públicas y privadas, a nivel nacional y europeo. Características del mercado del servicio de transporte por carretera: oferta y demanda de servicios de transporte. Clasificación y organización de las empresas de transporte, mercancías y viajeros. Normativa reguladora de la actividad productiva y comercializadora del servicio de transporte de viajeros y mercancías. Técnicas de investigación aplicadas a estudios de mercados de la actividad del transporte por carretera. Estadística básica aplicable a estudios de mercado del sector: tratamiento de datos e indicadores básicos de la información económica y comercial del transporte. Técnicas de segmentación en el mercado de transporte: diferenciación de perfiles de la clientela del servicio de transporte. Posicionamiento de empresas y segmentación de mercados. Indicadores micro y macroeconómicos. Elaboración y presentación de estudios de mercado del servicio de transporte.

2. Planificación y técnicas de marketing aplicadas al servicio de transporte por carretera

- Variables de marketing mix del servicio de transporte. Estrategias de marketing y posicionamiento del producto de servicios de transporte. Desarrollo de un plan de marketing de servicios de transporte. Técnicas de promoción aplicadas al mercado del transporte por carretera. Fórmulas para la apertura de mercados y contacto con la clientela. Acciones de promoción en el mercado del transporte por carretera. Marketing directo y relaciones con la clientela. Marketing online aplicado al mercado de transporte por carretera. Posicionamiento en buscadores. Análisis de resultados.

3. Planificación comercial de la actividad del transporte por carretera

- Promoción y venta de los servicios de transporte. Políticas y estrategias comerciales en el sector de transporte. Estrategias de diferenciación comercial en el mercado del transporte según tipos de servicios, productos y clientela. Captación de clientela: prospección e identificación de la clientela del transporte según tipos de productos y tipos de clientes. Procedimientos para la captación de clientela. La visita comercial. Planes de venta e informes comerciales: objetivos, estructura y contenido. La cartera de clientes. Tipos de clientela en el transporte de viajeros y mercancías. Seguimiento del cliente y operaciones de transporte. Acciones de comercialización y promoción: asignación y cuantificación de costes; ratios de rentabilidad y eficiencia de las acciones promocionales.

4. Contratación del servicio de transporte por carretera

- Normativa y regulación del contrato de transporte: normativa aplicable civil y mercantil. Tipos y diferencias de contratos en el ámbito del transporte: el contrato de transporte de mercancías y el contrato de transporte de viajeros. El contrato de transporte internacional por carretera CMR. Ámbito de aplicación. Elementos, derechos y obligaciones derivadas del contrato del transporte por carretera de mercancías: porteador, cargador destinatario. Perfección y formalización del contrato de transporte. La carta de porte. La prueba del contrato de transporte. Ejecución del contrato. Elaboración del contrato de transporte de mercancías: responsabilidades de las partes de acuerdo con los incoterms, carta de porte internacional y modalidades de transporte. Elaboración del contrato de transporte de viajeros: el billete y otros documentos. Contratación pública de concesiones de servicios de transporte regular. Particularidades del procedimiento administrativo.

5. Elaboración de ofertas, costes y tarifas del transporte por carretera

- Costes de operaciones de transporte: costes fijos y variables. Costes directos e indirectos. Determinación del precio y tarifas de transporte, público y privado de viajeros. Determinación del precio de operaciones de transporte. Operaciones en el ámbito internacional. Costes de transporte y costes logísticos. Incoterms: efectos en el precio de las operaciones de transporte. Reparto de costes y responsabilidad entre las partes. Elaboración de la oferta de transporte. Integración de costes. Comisiones. Usos y costumbres habituales en el sector. Elaboración de ofertas para concurrir a concursos públicos. Concesiones de concursos de servicios de transporte de viajeros.

6. Técnicas de negociación y resolución de conflictos comerciales en el ámbito del transporte por carretera

- El proceso de negociación de la oferta y contrato de transporte. Diferencias con otros tipos de productos y servicios. Planificación de la negociación comercial: preparación, desarrollo y consolidación de la negociación. Técnicas de las negociaciones aplicadas al ámbito de transporte: contratos de prestación puntual y contratos de prestación y suministro del servicio por periodos amplios. Estilos de negociación comercial según distintas culturas y personas - anglosajón, francés, alemán, nipón, chino, norteamericano, hispanoamericano, y otros. Procesos de resolución y arbitraje internacional: los conflictos comerciales internacionales en el ámbito del transporte por carretera. Características y desarrollo de procedimientos de arbitraje internacional.

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:

- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.
- 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.
- Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.
- Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
- Promover la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, evitando discriminaciones, directas o indirectas, por razón de sexo.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

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

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

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



En el caso de la “UC2182_3: Comercializar servicios de transporte por carretera”, 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 servicios de transporte por carretera, cumpliendo la normativa relativa a la protección medioambiental, planificando la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Realizar actividades comerciales.
2. Gestionar el servicio.
3. Negociar las condiciones del servicio.

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:

Criterios de mérito	Indicadores de desempeño competente
<i>Idoneidad en la realización de actividades comerciales.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Información sobre precios, rutas, horarios, destinos.- Actualización de la oferta y la demanda.- Realización de estudio de competencia.- Recopilación de la información sobre tipos de servicios.- Promoción y difusión de los servicios de transporte por carretera.- Determinación de las acciones de marketing y promoción del servicio.- Realización de la comunicación comercial con clientes aplicando técnicas de captación.- Realización del registro en la base datos los contactos comerciales y de clientes.- Fidelización de los clientes. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Rigor en la gestión del servicio.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de los servicios de transporte por carretera con mayor demanda.- Análisis de las condiciones del servicio de transporte.- Análisis del nivel de satisfacción del cliente.- Planificación de los servicios premium.- Planificación de los servicios adaptados a personas con movilidad reducida.- Confección del presupuesto.- Cálculo de los costes fijos y variables.- Determinación y entrega de la oferta vinculante del servicio. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Exhaustividad en la negociación de las condiciones del servicio.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Presentación de las cláusulas y precios de la oferta de prestación de servicios.- Gestión de la negociación de la oferta.- Revisión de las actividades auxiliares del servicio.- Explicación y gestión de los cambios en las condiciones de la oferta.- Redacción de los términos acordados en la negociación.- Confección del contrato.- Determinación de las obligaciones legales.- Aplicación del plan de PRL.

	<i>El desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</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

4	<i>Para realizar actividades comerciales, informa sobre precios, rutas, horarios, destinos. Actualiza la oferta y la demanda. Realiza estudio de competencia. Recopila la información sobre tipos de servicios. Promociona y difunde los servicios de transporte por carretera. Determina las acciones de marketing y promoción del servicio. Realiza la comunicación comercial con clientes aplicando técnicas de captación. Realiza el registro en la base datos los contactos comerciales y de clientes. Fideliza los clientes.</i>
3	<i>Para realizar actividades comerciales, informa sobre precios, rutas, horarios, destinos. Actualiza la oferta y la demanda. Realiza estudio de competencia. Recopila la información sobre tipos de servicios. Promociona y difunde los servicios de transporte por carretera. Determina las acciones de marketing y promoción del servicio. Realiza la comunicación comercial con clientes aplicando técnicas de captación. Realiza el registro en la base datos los contactos comerciales y de clientes. Fideliza los clientes, pero comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para realizar actividades comerciales, informa sobre precios, rutas, horarios, destinos. Actualiza la oferta y la demanda. Realiza estudio de competencia. Recopila la información sobre tipos de servicios. Promociona y difunde los servicios de transporte por carretera. Determina las acciones de marketing y promoción del servicio. Realiza la comunicación comercial con clientes aplicando técnicas de captación. Realiza el registro en la base datos los contactos comerciales y de clientes. Fideliza los clientes, pero comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No realiza actividades comerciales.</i>

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

Escala B

4	<i>Para gestionar el servicio, identifica los servicios de transporte por carretera con mayor demanda. Analiza las condiciones del servicio de transporte. Analiza el nivel de satisfacción del cliente. Planifica los servicios premium. Planifica los servicios adaptados a personas con movilidad reducida.</i>
---	--

3	<p><i>Confeciona el presupuesto. Calcula los costes fijos y variables. Determina y entrega la oferta vinculante del servicio.</i></p> <p><i>Para gestionar el servicio, identifica los servicios de transporte por carretera con mayor demanda. Analiza las condiciones del servicio de transporte. Analiza el nivel de satisfacción del cliente. Planifica los servicios premium. Planifica los servicios adaptados a personas con movilidad reducida. Confeciona el presupuesto. Calcula los costes fijos y variables. Determina y entrega la oferta vinculante del servicio, pero comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para gestionar el servicio, identifica los servicios de transporte por carretera con mayor demanda. Analiza las condiciones del servicio de transporte. Analiza el nivel de satisfacción del cliente. Planifica los servicios premium. Planifica los servicios adaptados a personas con movilidad reducida. Confeciona el presupuesto. Calcula los costes fijos y variables. Determina y entrega la oferta vinculante del servicio, pero comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No gestiona el servicio.</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.

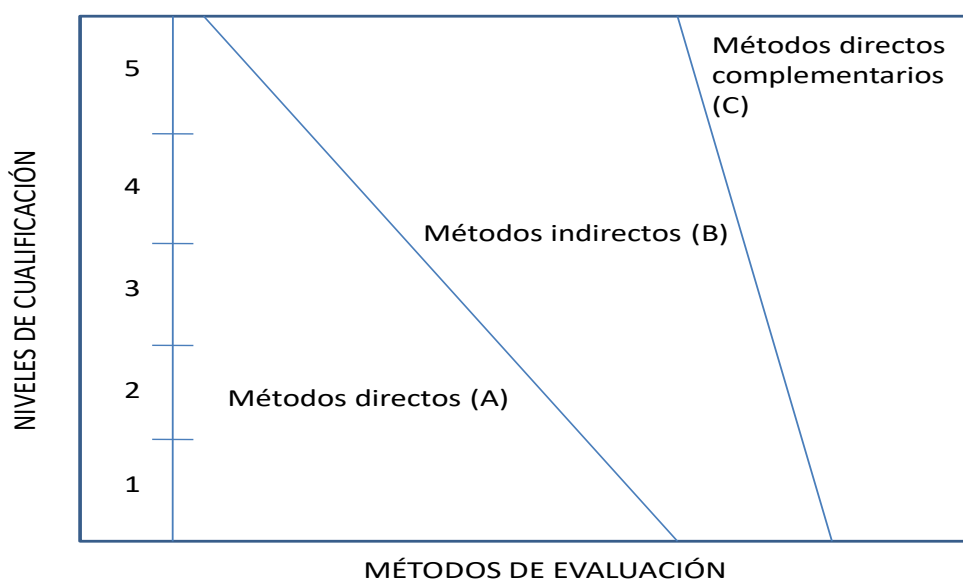
2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

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:

- 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 Comercializar servicios de transporte por carretera, 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) Esta Unidad de Competencia es de nivel "3" y sus competencias tienen componentes psicomotores, cognitivos y actitudinales. Por sus características, y dado que, en este caso, tiene mayor relevancia el componente de destrezas psicomotrices, en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

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

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

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

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