



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE



FONDO SOCIAL EUROPEO  
El FSE invierte en tu futuro

SECRETARÍA DE ESTADO DE  
EDUCACIÓN, FORMACIÓN  
PROFESIONAL Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL  
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS CUALIFICACIONES

## **GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA**

**“UC0696\_3: Desarrollar proyectos de productos gráficos”**

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: DISEÑO DE PRODUCTOS  
GRÁFICOS**

**Código: ARG219\_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 UC0696\_3: Desarrollar proyectos de productos gráficos.

### 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 el desarrollo de proyectos de productos gráficos 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 los requisitos del cliente relativos al proyecto de producto gráfico reuniéndolos en el informe registro, teniendo en cuenta el estudio de necesidades.**

- 1.1 El tipo de producto gráfico a desarrollar: comunicación, editorial, envase y embalaje, y el número de ejemplares o de reproducciones, se establecen claramente con el cliente en función de los objetivos y las condiciones económicas.
- 1.2 Las características del producto final se establecen con el cliente concretando los soportes sobre los que está prevista su utilización y los requerimientos técnicos y presupuestarios, en función del soporte o soportes sobre los que utilizará: impresión, ordenador, tablet o smartphone, ebook u otros.
- 1.3 Los datos sobre el cliente que efectúa el encargo se determinan valorando la gama de productos, el tipo de servicios ofertados y la imagen corporativa: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa.
- 1.4 Los datos sobre el público objetivo se describen, indicando: nivel socio-económico, edad, sexo, hábitos, actitudes y motivaciones; estudios de mercado y breve valoración de la competencia.
- 1.5 Los textos, ilustraciones o imágenes se concretan con el cliente determinando los que se aportan y los que se deben crear.
- 1.6 Los colores del producto gráfico se especifican con el cliente utilizando muestras, medidas colorimétricas o referencias de fabricantes.
- 1.7 Los requisitos de información mínimos se acuerdan con el cliente, contemplando según el tipo de producto: etiquetado, código de barras, composición y fecha de caducidad o cualquier otro que establezca la normativa aplicable.
- 1.8 Las características del producto a contener por el envase y/o embalaje a diseñar, en su caso, se registran teniendo en cuenta la naturaleza, estado físico, soporte, tamaño, forma y toxicidad, indicando las características del marcaje a realizar.
- 1.9 El informe registro se revisa con el cliente comprobando que se dispone de toda la información y especificaciones necesarias para el desarrollo del proyecto, incluyendo, además, bocetos, croquis y muestras de cualquier otra información gráfica aportada por el cliente.

## **2. Determinar las características técnicas según el tipo de producto gráfico, de comunicación, editorial, envase o embalaje, con objeto de definir las instrucciones para la realización.**

- 2.1 El tipo de soporte o dispositivo de visualización, el software requerido, el número de tintas y los sistemas de impresión, a utilizar se seleccionan ajustándose a los objetivos, a las limitaciones presupuestarias y a la calidad del trabajo deseada.
- 2.2 Los formatos se determinan asegurándose que son compatibles con el tipo de soporte y el sistema de impresión elegido.



- 2.3 Las condiciones de corte, hendido y plegado, se establecen considerando los requerimientos del producto y el espesor y dimensiones del soporte.
- 2.4 Los acabados se eligen en función de las condiciones de uso y las características del proceso, acordándolos con el cliente.
- 2.5 La distribución de elementos o las condiciones de compaginación se determinan en función del tipo de producto gráfico, el soporte final la línea editorial y las condiciones técnicas y económicas del proceso.
- 2.6 La selección de tintas, soportes y acabados se realiza teniendo en cuenta requisitos legales, sanitarios, medioambientales, condiciones de uso y peligrosidad.
- 2.7 Los factores estructurales en el diseño de envases/embalajes, se establecen, atendiendo a las necesidades de resistencia, hermeticidad, cierre, inviolabilidad, dispensación, ergonomía, versatilidad y protección contra la falsificación y otros.
- 2.8 Las instrucciones relativas a las características técnicas del producto se recogen por escrito de forma breve y clara.

### **3. Dibujar los esbozos del producto gráfico a diseñar teniendo en cuenta las características y parámetros técnicos y estéticos del mismo para su posterior desarrollo.**

- 3.1 El formato del producto gráfico a diseñar se establece buscando su adecuación al objetivo determinado con el cliente y al sistema de distribución o de impresión elegido.
- 3.2 Los elementos gráficos se distribuyen armónicamente respetando el espacio-formato en la composición.
- 3.3 Los objetos se dibujan aplicando las técnicas de representación y la normalización, y manteniendo la proporción de los objetos representados, mediante programas específicos o a mano alzada.
- 3.4 Las líneas de los esbozos se ejecutan de una sola vez con trazos limpios y uniformes.
- 3.5 Los espesores de líneas se ejecutan teniendo presente las normas y los efectos deseados.
- 3.6 Las sombras y difuminados se aplican considerando las limitaciones del sistema de impresión o de salida.

### **4. Desarrollar los bocetos del producto gráfico aplicando los principios básicos del diseño para dar respuesta a las necesidades planteadas por el cliente.**

- 4.1 Los bocetos se preparan partiendo de los parámetros establecidos en los esbozos previos y las necesidades planteadas para el producto gráfico a diseñar.
- 4.2 El diseño del boceto se estructura aplicando los principios de asociación psicológica, proximidad, semejanza, continuidad y simetría material y cultural y respetando en su composición los principios de proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo.



- 4.3 Los elementos técnicos que configuran el boceto se integran aplicando la síntesis visual para conjugar ideas y materiales.
- 4.4 El mensaje de la gráfica del boceto se desarrolla aplicando el discurso visual, buscando la comprensión y la sencillez en las ideas subyacentes y potenciando elementos innovadores, de información cultural y/o contextual que favorezcan el impacto visual.
- 4.5 La composición de los elementos del boceto se efectúa respetando los principios de proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo.
- 4.6 El boceto se colorea aplicando la teoría del color, respetando las condiciones de legibilidad, los principios de armonía, contraste, saturación y proporción inversa.
- 4.7 La disposición de los textos se efectúa teniendo en cuenta las condiciones ergonómicas, hábitos de lectura y lógica visual: jerarquización, coherencia y significado.
- 4.8 El diseño desarrollado en el boceto se testea, comprobando que es apto para la reproducción.

**5. Elaborar el presupuesto del producto gráfico a partir de las características técnicas, los plazos de entrega y las condiciones del mercado.**

- 5.1 El presupuesto de impresión se solicita especificando todas las características del producto gráfico tales como: plazos de entrega, tamaño, número de imágenes y color, tipo de pruebas y formatos de entrega.
- 5.2 El presupuesto de postimpresión se solicita indicando plazos de entrega, número de pliegos, tipo de encuadernación, manipulados, peliculados y empaquetado.
- 5.3 Los estándares gráficos se especifican en el presupuesto atendiendo a las características del proyecto y al tipo de producto gráfico diseñado.
- 5.4 El presupuesto de creación se elabora aplicando las tarifas de honorarios recomendadas por las asociaciones profesionales, las condiciones de mercado y las tarifas de la empresa del diseñador.
- 5.5 El presupuesto se elabora considerando los costes de creación, fabricación, distribución y los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias.

**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 **UC0696\_3: Desarrollar proyectos de productos gráficos**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:



## **1. Metodología del proyecto gráfico.**

- Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe registro.
- Métodos de búsqueda y fuentes de información.
- Conocimiento del mercado: materiales y servicios.
- Directrices para la confección de las instrucciones para la realización.
- Proceso de realización: técnicas de incentivación de la creatividad.
- Métodos para la propuesta y selección de soluciones.
- Técnicas de presentación.
- Planificación de tareas.
- Distribución de recursos.
- Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes. Estimación de tiempos. Contratación y subcontratación de servicios gráficos.

## **2. Fundamentos creativos y técnicos del diseño gráfico.**

- Elementos del diseño gráfico: líneas, planos, volúmenes, textos, color, tamaño y forma.
- Principios de composición: repetición, estructura, similitud, gradación, radiación, contraste, textura y perspectiva.
- Bases de la síntesis visual: sencillez, claridad, estética e impacto visual.
- Componentes del impacto visual: innovación, información, contexto, escala, movimiento, color y contraste.
- Condiciones ergonómicas: legibilidad y hábitos de lectura.
- Disposición de títulos e ilustraciones.
- Tipografías: componentes y familias.
- Criterios para la selección de tipografías en diseño gráfico.
- Teorías del color. Simbolismo asociado a los colores.
- Principios, características técnicas, formatos, equipos y campos de aplicación de los sistemas de impresión: offset, huecograbado, flexografía, serigrafía, impresión digital.
- Procedimientos y sistemas contra la copia y la falsificación de documentos.
- Influencia del sistema de impresión en las características del diseño.
- Fases del diseño gráfico.

## **3. Materias primas y soportes del producto gráfico.**

- Clasificación de soportes para impresión.
- Soportes papeleros: componentes.
- Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado.
- Tipos de papel y campos de aplicación.
- Especificaciones para la compra de papel.
- Tintas: tipos y características.
- Interacción papel-tinta en la impresión.
- Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión.



- Normativa aplicable de prevención de riesgos laborales y medioambientales.
- Condiciones de etiquetado de productos comerciales.

#### **4. Comunicación e identidad corporativa.**

- Teoría de la comunicación y estrategias de comunicación.
- La marca: conceptos, funciones, evolución y tipos.
- Requerimientos de la marca: legibilidad, originalidad y expresividad.
- Figuración y abstracción. Simplicidad frente acumulación de conceptos.
- Diseño gráfico de identidades visuales: logotipos y símbolos gráficos.
- El manual de identidad corporativa. Definiciones, contenidos y presentación.
- Normas para la elaboración del manual de identidad corporativa.
- Aplicaciones de la identidad visual al diseño de productos promocionales.

#### **5. Técnicas de expresión y diseño gráfico.**

- Conceptos básicos.
- Dibujo a mano alzada. Croquis.
- Útiles de expresión gráfica.
- Principios de bocetado.
- Composición y color.
- Técnicas de representación.
- Dibujo industrial y normalización.
- Procedimientos de trabajo.
- Equipos y programas específicos.

#### **6. Diseño gráfico editorial.**

- Clasificación de productos editoriales.
- Líneas editoriales.
- Elaboración de bocetos.
- Composición de un producto editorial.
- Directrices para el diseño de un producto editorial.
- Proceso de fabricación.
- Taller de diseño: diseño gráfico de una revista y de un libro.

#### **7. Diseño gráfico de envases y embalajes.**

- Conceptos básicos.
- Factores a considerar en el diseño de envases y embalajes.
- Elaboración de bocetos.
- Normativa. Aplicable de prevención de riesgos laborales y medioambientales.
- Metodología de diseño.
- Análisis gráfico.
- Proceso de fabricación.
- Taller de diseño: diseño gráfico de un envase y de un embalaje.



### **c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.**

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

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de objetivos.
- Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.
- Finalizar el trabajo atendiendo a criterios de idoneidad, rapidez, economía y eficacia.
- Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.
- Compartir información con el equipo de trabajo.
- Demostrar flexibilidad para entender los cambios.

## **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 “UC0696\_3: Desarrollar proyectos de productos gráficos”, 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 desarrollar el proyecto de diseño de un caja contenedora de un envase para un producto a partir de unas instrucciones de





trabajo dadas. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Elaborar el informe de registro del proyecto.
2. Crear el boceto del producto gráfico.
3. Elaborar el presupuesto, contemplando los parámetros técnicos del producto gráfico.

**Condiciones adicionales:**

- Se dispondrá del material y documentación requerida para el desarrollo de la SPE.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.
- Se valorará la competencia de respuesta a las contingencias, generando una incidencia durante el proceso.
- Al candidato se le facilitará:
  - información sobre el producto determinado: tipo de producto, tipo de gráfica, cantidad de producto y otros datos requeridos.
  - la documentación técnica necesaria sobre el cliente (libro de estilo o manual de normas) así como la información técnica y comercial necesaria del producto (normativa vigente).
  - estudios de mercado, perfiles sociológicos del público objetivo, encuestas, ...

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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente:



<b>Criterios de mérito</b>	<b>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</b>
<i>Rigor en la creación del Informe de registro.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Determinación del tipo de producto.</li><li>- Determinación de formato y pautas a seguir en el desarrollo del informe de registro.</li><li>- Recogida de datos del proyecto.</li><li>- Descripción del público objetivo.</li><li>- Establecimiento de los elementos de la imagen corporativa.</li><li>- Selección del tipo de imágenes o ilustraciones.</li><li>- Definición de colores básicos del producto.</li><li>- Determinación de la normativa aplicable.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la escala A.</i></p>
<i>Calidad en el desarrollo del boceto del proyecto de envase.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Integración de los elementos en el boceto.</li><li>- Estructuración del boceto.</li><li>- Adecuación del discurso visual y gráfico.</li><li>- Composición de los elementos gráficos.</li><li>- Aplicación de la teoría del color.</li><li>- Colocación de textos.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la escala B.</i></p>
<i>Exactitud en la elaboración del presupuesto con especificación de los parámetros técnicos.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Especificación del producto gráfico.</li><li>- Especificación de estándares gráficos del producto.</li><li>- Estimación de costes de creación, fabricación, distribución y los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la escala C.</i></p>



## Escala A

5	<p><i>Establece el tipo de producto a diseñar, determinando el formato y las pautas a seguir para el desarrollo del informe de registro. Recoge los datos del producto y la información relativa al mismo. Establece los elementos de la imagen corporativa a utilizar: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa. Selecciona el tipo de imágenes o ilustraciones para el proyecto. Define los colores básicos del producto utilizando muestras, medidas colorimétricas o referencias de fabricantes. Determina la normativa aplicable al producto. Describe el público objetivo atendiendo al nivel socio-económico, hábitos, actitudes y motivaciones.</i></p>
4	<p><b>Establece el tipo de producto a diseñar, determinando el formato y las pautas a seguir para el desarrollo del informe de registro. Recoge los datos del producto y la información relativa al mismo. Establece los elementos de la imagen corporativa a utilizar: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa. Selecciona el tipo de imágenes o ilustraciones para el proyecto. Define los colores básicos del producto. Determina la normativa aplicable al producto. Describe el público objetivo atendiendo al nivel socio-económico, hábitos, actitudes y motivaciones.</b></p>
3	<p><i>Establece el tipo de producto a diseñar, determinando el formato y las pautas a seguir para el desarrollo del informe de registro. Recoge parcialmente los datos del producto y la información relativa al mismo. Establece los elementos de la imagen corporativa a utilizar: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa. La selección del tipo de imágenes o ilustraciones no se ajusta correctamente al proyecto. No define los colores básicos del producto. No determina la normativa aplicable al producto. Describe el público objetivo atendiendo al nivel socio-económico, hábitos, actitudes y motivaciones.</i></p>
2	<p><i>Establece el tipo de producto a diseñar, determinando el formato y las pautas a seguir para el desarrollo del informe de registro. Recoge parcialmente los datos del producto y la información relativa al mismo. Establece los elementos de la imagen corporativa a utilizar: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa. La selección del tipo de imágenes o ilustraciones no se ajusta correctamente al proyecto. No define los colores básicos del producto. No determina la normativa aplicable al producto. No describe el público objetivo atendiendo al nivel socio-económico, edad, sexo, hábitos, actitudes y motivaciones.</i></p>
1	<p><i>Establece parcialmente el tipo de producto a diseñar, determinando el formato pero no las pautas a seguir para el desarrollo del informe de registro. Recoge con errores, los datos del producto y la información relativa al mismo. No establece los elementos de la imagen corporativa a utilizar. La selección del tipo de imágenes o ilustraciones no se ajusta al proyecto. No define los colores básicos del producto. No determina la normativa aplicable al producto. No describe el público objetivo atendiendo al nivel socio-económico, hábitos, actitudes y motivaciones.</i></p>

Nota: El umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

## Escala B

5	<i>Integra los elementos mediante síntesis visual, estructura el boceto de la pieza a diseñar así como adecúa el discurso visual y gráfico. Compone correctamente los elementos gráficos según proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo. Lleva a cabo la aplicación del color y principios de armonía y contraste, y coloca los textos según condiciones de hábitos de lectura y lógica visual.</i>
4	<b><i>Integra los elementos mediante síntesis visual, estructura el boceto de la pieza a diseñar así como adecúa el discurso visual y gráfico. Compone los elementos gráficos según proporción, equilibrio, referencia, simetría y armonía. Lleva a cabo la aplicación del color y principios de armonía y contraste, y coloca los textos según condiciones de hábitos de lectura y lógica visual.</i></b>
3	<i>Integra parcialmente los elementos mediante síntesis visual, estructura el boceto de la pieza a diseñar así como adecúa el discurso visual y gráfico. Compone incorrectamente los elementos gráficos según proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo. Lleva a cabo la aplicación del color y principios de armonía y contraste, y coloca los textos según condiciones de hábitos de lectura y lógica visual.</i>
2	<i>Integra parcialmente los elementos mediante síntesis visual, estructura el boceto de la pieza a diseñar así como adecúa el discurso visual y gráfico. Compone incorrectamente los elementos gráficos según proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo. Lleva a cabo la aplicación básica del color, sin aplicar los principios de armonía y contraste y coloca los textos según condiciones de hábitos de lectura y lógica visual.</i>
1	<i>Integra parcialmente los elementos mediante síntesis visual, estructura el boceto de la pieza a diseñar así como la adecuación del discurso visual y gráfico. Compone incorrectamente los elementos gráficos según proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo. Lleva a cabo la aplicación básica del color y coloca los textos sin considerar condiciones de hábitos de lectura y lógica visual.</i>

Nota: El umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

## Escala C

5	<i>Elabora el presupuesto final incluyendo los costes de: creación, fabricación, distribución y de los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias, así como de impresión y postimpresión. Especifica correctamente los parámetros técnicos del producto gráfico: soportes, tintas, cortes, hendidos, plegado, dimensiones, acabados y distribución del envase. Especifica los estándares gráficos del producto atendiendo a las características del proyecto y al tipo de producto.</i>
4	<b>Elabora el presupuesto final incluyendo los costes de: creación, fabricación, distribución y de los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias, así como de impresión y postimpresión. Especifica los parámetros técnicos: soportes, tintas, cortes, hendidos, plegado, dimensiones, acabados y distribución del envase. Especifica los estándares gráficos del producto atendiendo a las características del proyecto.</b>
3	<i>Elabora de forma incorrecta el presupuesto final, olvidando alguno de los costes de: creación, fabricación y distribución. Especifica los parámetros técnicos: soportes, tintas, cortes, hendidos, plegado, dimensiones, acabados y distribución del envase. Especifica los estándares gráficos del producto atendiendo a las características del proyecto y al tipo de producto., así como los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias. Presupuesta correctamente los costes de impresión y postimpresión.</i>
2	<i>Elabora de forma incorrecta el presupuesto final. Especifica los parámetros técnicos: soportes, tintas, cortes, hendidos, plegado, dimensiones, acabados y distribución del envase. No crea un documento con los parámetros técnicos, olvidando alguno de los costes de: creación, fabricación y distribución, así como los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias. Presupuesta parcialmente los costes de impresión y postimpresión.</i>
1	<i>Elabora de forma incorrecta el presupuesto final. Especifica de forma incorrecta, los parámetros técnicos: soportes, tintas, cortes, hendidos, plegado, dimensiones, acabados y distribución del envase. No crea un documento con los parámetros técnicos., olvidando alguno de los costes de: creación, fabricación y distribución, así como los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias. Presupuesta mal los costes de impresión y postimpresión.</i>

Nota: El umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 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

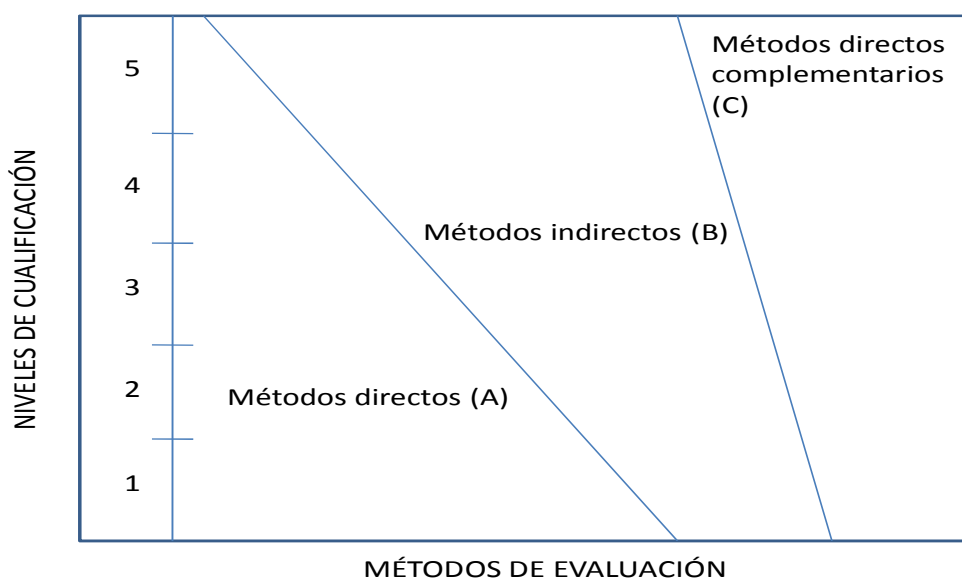


fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

## 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 desarrollo de proyectos de productos gráficos, 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/a 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 en sus competencias más significativas tienen mayor relevancia las destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar principalmente las destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente en 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, en su caso, requeridas.
- g) Si se realiza 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 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.

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

Al candidato se le permitirá elegir el sistema operativo de trabajo (IOS, Android) así como los aplicativos a utilizar. También se le concederá un tiempo para familiarizarse con la situación.

Como proyecto de envase se propone una caja para un producto de tratamiento corporal de medidas definidas, a dos tintas planas más acabados (plastificados, relieves, stampings) en soporte de cartón, con imagen gráfica y marcas comerciales ya que su ejecución facilita la valoración de las competencias definidas en esta situación profesional de evaluación.