



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados”

Transversal en las siguientes cualificaciones:

- COM316_3 Marketing y compraventa internacional.
- COM652_3 Gestión de marketing y comunicación.



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 UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.

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 principales y secundarias que intervienen en la obtención y elaboración de la información para el sistema de información de mercados, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

1. ***Planificar la obtención de información relevante para el sistema de información de mercados (SIM), a partir de los recursos y fuentes de información que se consideren más adecuadas para la organización.***



- 1.1. Identificar las variables y los sistemas de información que afectan a la organización, teniendo en cuenta los objetivos comerciales a nivel nacional e internacional.
 - 1.2. Seleccionar fuentes de información y técnicas de recogida, filtrando las que proporcionen los datos más fiables y representativos y en función de la rentabilidad de las mismas.
 - 1.3. Establecer las variables y parámetros, de la información necesaria y no disponible, teniendo en cuenta la posible aplicación de técnicas de recogida para esta información.
 - 1.4. Definir los medios y soportes de recogida de información, en función de los parámetros necesarios.
 - 1.5. Calcular coste y tiempo de entrega de la información no disponible, a partir de las tarifas y plazos aplicables a las fuentes de recogida de información.
- 2. *Tratar la información obtenida de los medios y fuentes seleccionados en función de las necesidades y objetivos establecidos por la organización para el sistema de información de mercado.***
- 2.1. Extraer la información necesaria de las fuentes seleccionadas, en función de su idoneidad, respuesta a las necesidades de la organización y cumpliendo con el presupuesto establecido.
 - 2.2. Organizar la información obtenida, en función de las necesidades del SIM y aplicando criterios establecidos.
 - 2.3. Actualizar la información del SIM de forma permanente y de acuerdo a los procedimientos establecidos.
- 3. *Extraer conclusiones operativas analizando la información obtenida de las diversas fuentes en relación con valores representativos de mercado y parámetros de referencia.***
- 3.1. Tabular los datos obtenidos de acuerdo a los criterios establecidos, facilitando su interpretación y actualización y utilizando programas informáticos de tratamiento estadístico de la información u hojas de cálculo.
 - 3.2. Obtener valores representativos de los mercados, clientes y competidores, de acuerdo con la metodología utilizada y utilizando el software habitual para el análisis de datos.
 - 3.3. Comparar los valores obtenidos estadísticamente con parámetros de referencia mediante el uso de tipologías definidas.
- 4. *Elaborar informes comerciales y presentaciones, incluyendo los resultados y conclusiones derivados del análisis de la información obtenida de los mercados.***
- 4.1. Establecer el diseño del informe final, de acuerdo con las normas de estilo, presentación de informes de la organización, las especificaciones recibidas.
 - 4.2. Incorporar cuadros, tablas y gráficos al informe comercial incluyendo las referencias de los datos, de acuerdo con los procedimientos de las herramientas ofimáticas disponibles.
 - 4.3. Redactar el informe comercial, integrando las conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias, con un lenguaje objetivo, estructurado y homogéneo, resaltando los aspectos importantes o críticos del análisis realizado.
 - 4.4. Transmitir el informe y la presentación a las personas designadas por la organización, en el tiempo y forma establecidos.



- Desarrollar las actividades de acuerdo con los criterios de la organización y utilizando los recursos que faciliten su interpretación.

5. Controlar el funcionamiento de los canales de obtención de la información para el SIM, estableciendo medidas correctoras a las desviaciones detectadas.

- 5.1. Establecer los procedimientos de control en la obtención de información para el SIM, asegurando el rigor de los datos y detectando errores y anomalías.
- 5.2. Detectar anomalías en el funcionamiento de los canales que alimentan al SIM con prontitud y eficacia, a partir de las verificaciones realizadas.
- 5.3. Proponer medidas correctoras a las anomalías tras ser detectadas según el procedimiento de actuación establecido.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Planificación de la obtención de información relevante para el sistema de información de mercados (SIM).

- Planificación de la investigación comercial.
 - Determinación de problema a investigar.
 - Determinación de los objetivos de la investigación.
 - Obtención de información.
 - Tratamiento y análisis de datos.
 - Interpretación de resultados y presentación de conclusiones.
- Tipología de la información de mercados.
 - Información interna y externa.
 - Información cualitativa y cuantitativa.
 - Información primaria y secundaria.
- Sistemas de obtención de información primaria cualitativa.
 - Entrevista en profundidad.
 - Dinámicas de grupo.
 - Técnicas de creatividad.
 - Observación.
- Sistemas de obtención de información primaria cuantitativa.
 - La encuesta.
 - El panel.
- Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
 - Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales.
 - Fuentes públicas de información secundaria externa.
 - Investigación de gabinete.
- Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información.
 - Procedimientos para garantizar la fiabilidad, exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM.



- Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria.
- Bases de datos.
 - Función y estructura de las bases de datos.
 - Pautas para la diseño de nuevas bases de datos.
 - Manejo de herramientas de búsqueda, consulta y generación de informes en las bases de datos.
 - El mantenimiento de las bases de datos.
- Organización del trabajo de campo.
 - Cálculo del tiempo necesario para el desarrollo del trabajo.
 - Cálculo del número de entrevistadores necesarios.
 - Cálculo del coste de las acciones del trabajo de campo.
 - Elaboración del presupuesto.
 - Determinación de las capacidades y habilidades que deben tener los encuestadores.
 - Pautas de comportamiento que deben seguir los encuestadores.
- Presupuesto y costes de la investigación.
- Tecnologías aplicadas a la investigación comercial.

2. Tratamiento de la información obtenida de los medios y fuentes seleccionados.

- Organización y representación de datos.
- Codificación y tabulación de datos.
- Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos.
 - Edición de datos.
 - Limpieza de datos.
- Elaboración de un código maestro.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta única.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta múltiple.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas abiertas.
 - Utilización de hojas de cálculo para la creación de tablas de doble entrada para el registro de los datos.

3. Extracción de las conclusiones operativas.

- Tabulación de datos.
 - Distribución de frecuencias.
 - Tabulación unidireccional.
 - Priorización de datos en niveles.
 - Tabulación cruzada.
- Etiquetado de datos e información.
- Organización y estructura comercial de las compañías.
- Análisis descriptivo.
 - Medidas de posición.
 - Medidas de dispersión.
- Probabilidad.
 - Sucesos y experimentos aleatorios.
 - Frecuencia y probabilidad.
 - Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos.
 - Regla de Bayes.
 - Principales distribuciones de probabilidad.
- Inferencia estadística.
 - Concepto de inferencia.



- Estimación puntual.
- Estimación por intervalos.
- Contraste de hipótesis.
- Aplicaciones informáticas de análisis de datos.
- Parámetros de referencia del mercado.
- Comparación de valores estadísticos y parámetros de referencia.

4. Elaboración de informes comerciales y presentaciones.

- Informes comerciales.
 - Diseño preliminar del informe.
 - Estructura del informe.
 - Planificación y elaboración de informes.
- Presentaciones.
 - Organización del trabajo de presentación.
 - Actitudes adecuadas para las presentaciones.
- Entorno de la empresa.
 - Análisis de la competencia.
- Segmentación de clientes.
 - Grupos de consumidores.
- Posicionamiento de la empresa en el mercado.

5. Control del funcionamiento de los canales de obtención de la información para el SIM.

- Supervisión de equipos de trabajo.
 - Comprobación del cumplimiento de hitos.
 - Gestión de recursos disponibles.
 - Actuación antes desviaciones sobre el trabajo previsto.
- Seguimiento del servicio de proveedores.
 - Criterios de seguimiento.
 - Valoración del servicio.
 - Homologación según normativas.
- Mejora continua – PDCA.
 - Sistemas de medición de la situación actual.
 - Establecimiento de líneas de actuación.
 - Calidad total.

Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.

- Sistema de información de mercados.
 - Concepto.
 - Características.
 - Finalidad.
 - Estructura.
 - Tipología de datos.
- Aplicaciones informáticas.
 - Sistemas de información de mercados.
 - De tratamiento estadístico.
 - Bases de datos, procesador de texto y hojas de cálculo.
 - De correo electrónico.
 - Gestión de relación con clientes CRM.
 - De gestión de tareas.



- Navegadores de Internet. Motores de búsqueda.

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:

1. En relación con la empresa deberá:
 - 1.1 Demostrar interés por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
 - 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
 - 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.
2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:
 - 2.1 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores.
 - 2.2 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.3 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
 - 2.4 Compartir la información de interés.
3. En relación con los proveedores deberá:
 - 3.1 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
 - 3.2 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
 - 3.3 Evaluar el servicio prestado de manera ecuaníme y siguiendo el procedimiento establecido.
 - 3.4 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
 - 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.
 - 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
 - 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
 - 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
 - 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
 - 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
 - 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
 - 4.8 Capacidad para la mejora de los problemas que surgen en el desarrollo de la actividad.



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 UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados, 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 confeccionar un informe comercial acerca de la bajada de las ventas en un país concreto, de una compañía juguetera que opera a nivel internacional, Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Obtener la información entre las diversas fuentes.
2. Elaborar el informe comercial con las conclusiones.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (segmentación del mercado objetivo, marketing-mix de los productos, cifras de ventas, encuestas comerciales, plan de marketing de la compañía, *briefings* y ventas de la competencia, fuentes de información disponibles).



- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional en condiciones de estrés profesional.

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:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Obtención de la información.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Clasificación de la información entregada.- Extracción de la información relevante.- Determinación de la información necesaria y no disponible.- Selección de las técnicas de recogida.- Establecimiento de los soportes de recogida. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Elaborar el informe comercial.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Organización de los datos.- Valoración de la situación actual.- Elaboración de análisis DAFO.- Confección de las conclusiones.- Establecimiento de los parámetros de actualización de la información. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando correctamente la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo la información más relevante acerca del problema de partida, determinando toda la información necesaria y no disponible, seleccionando las técnicas de recogida a utilizar y estableciendo los soportes oportunos.</i>
3	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando adecuadamente la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo información acerca del problema de partida, determinando la mayoría de la información necesaria y no disponible, seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar y estableciendo los soportes oportunos.</i>
2	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando sin excesivo rigor la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo información acerca del problema de partida, determinando la mayoría de la información necesaria y no disponible, y seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar pero sin establecer los soportes oportunos.</i>
1	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando con errores la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo escasa información acerca del problema de partida, determinando parte de la información necesaria y no disponible, y seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar pero sin establecer los soportes oportunos.</i>

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

Escala B

4	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando todos los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante un detallado análisis interno y externo, elaborando un DAFO completo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y estableciendo de manera rigurosa los parámetros de actualización futura de la información.</i>
3	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante un detallado análisis interno y externo, elaborando un DAFO completo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y estableciendo algunos parámetros de actualización futura de la información.</i>
2	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante análisis interno y externo, elaborando un DAFO poco profundo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y sin establecer parámetros de actualización futura de la información.</i>
1	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante análisis interno y externo con errores, elaborando un DAFO poco profundo, confeccionando las conclusiones sin tener en cuenta valores de referencia y sin establecer parámetros de actualización futura de la información.</i>

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



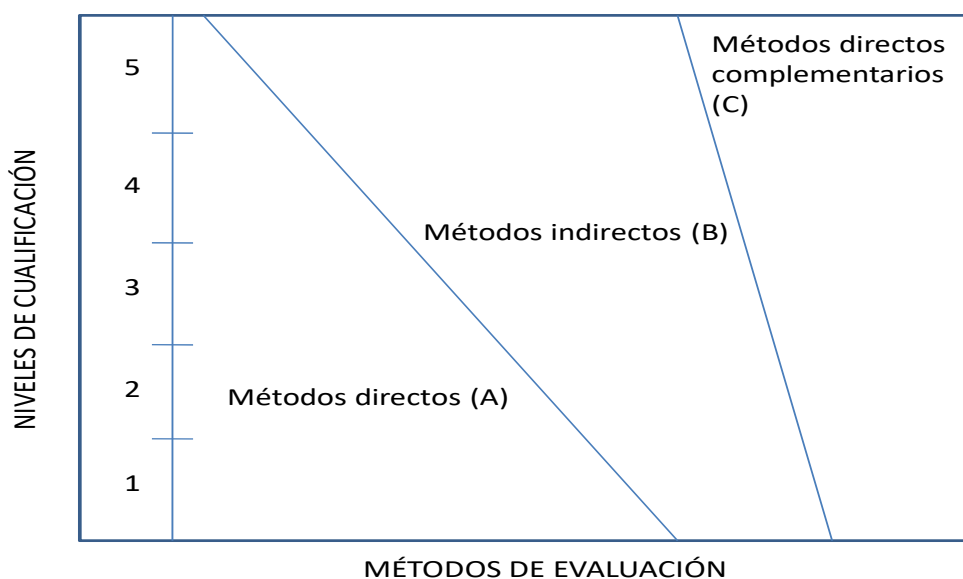
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
 - Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a 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 la obtención y elaboración de la información para el sistema de información de mercados 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. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades analíticas, de diagnóstico y organizativas por lo que 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. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización, cumpliéndose las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

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

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



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

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

- h) En la situación profesional de evaluación se recomienda tener en consideración:
1. La seguridad en el manejo de las fuentes de información primaria y secundaria, otorgando a cada una la validez que merece.
 2. La destreza en la utilización de las herramientas de análisis y diagnóstico como el DAFO.
 3. La capacidad para establecer las técnicas y soportes de recogida más adecuados a las necesidades de información no cubiertas.
 4. La observancia de la necesidad de mantener actualizada la información como fuente de valor añadido para las organizaciones.
 5. El dominio de técnicas estadísticas básicas, elaboración de tablas y gráficos así como la adecuada redacción de informes a presentar en la dirección de la empresa.
 6. La respuesta ante una contingencia relacionada con la entrega de nuevos datos acerca de la situación de la competencia, sus ventas e informes comerciales. Estos datos serán diferentes a los entregados inicialmente para que afecten al análisis de la situación aunque sin que supongan un cambio drástico el proceso de confección de conclusiones.
 7. En el desarrollo de las actividades se deberán interpretar los datos entregados, identificar la información adicional necesaria, utilizando herramientas de análisis y diagnóstico requeridas, y presentar las conclusiones de manera justificada.