



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0999_3: Planificar acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC0999_3: Planificar acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

1: Determinar las necesidades formación, utilizando fuentes de información primaria y secundaria, para definir acciones formativas en materia de consumo.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Obtener las necesidades de información y formación de consumidores, empresas y organizaciones, analizando la problemática de consumo en el mercado, realizando encuestas, observando la normativa aplicable en la materia, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Elaborar las acciones de información y formación, analizando las necesidades detectadas, priorizando al público objetivo, determinando los contenidos y metodologías, en base a los recursos disponibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Consultar la información, requisitos y plazos de las ayudas y subvenciones ofrecidas por las administraciones que pueden constituir fuentes de financiación de las acciones de información o formación, haciendo seguimiento de las convocatorias publicadas por las distintas administraciones competentes, utilizando buscadores online, consulta telefónica, servicios de asesoramiento, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Recoger la información primaria de los consumidores u organizaciones objeto de análisis, a través de entrevistas, cuestionarios, protocolos de observación, entre otros, atendiendo a la metodología elegida y a los objetivos de la acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Fijar las acciones de asesoramiento y formación a consumidores, analizando la información proporcionada, teniendo en cuenta los resultados de las estrategias de formación planteadas con anterioridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Organizar acciones informativas y formativas dirigidas a consumidores, promoviendo hábitos de consumo saludables, estableciendo objetivos medibles, para garantizar la protección sus derechos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Determinar los recursos, materiales y documentos para la acción informativa o formativa: características y perfil de los destinatarios, duración, objetivos, contenidos, entre otros, analizando las necesidades del público objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Estructurar las acciones de información y/o formación, definiendo un plan específico: destinatarios, objetivos, actividades, metodología, cronograma, recursos, presupuesto, indicadores de evaluación y medios de difusión, entre otros, estableciendo las prioridades para su puesta en funcionamiento, de acuerdo con los objetivos fijados y los recursos disponibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Determinar el perfil de los expertos o colaboradores que van a asesorar e impartir las acciones de información y formación, atendiendo a los objetivos, contenidos, actividades y recursos disponibles, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Planificar las acciones informativas y formativas, atendiendo al público objetivo, cronograma y presupuesto, modalidad online u offline, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Promover la participación de los destinatarios de las acciones, solicitando su inscripción y/o utilizando medios de información y comunicación: folletos, intranet e Internet, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Elaborar el presupuesto previo a la puesta en marcha de la acción o conjunto de acciones de información o formación, considerando variables de holgura, aplicando metodologías de seguimiento y evaluación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Planificar acciones informativas y formativas, respetando el presupuesto asignado, para conseguir los objetivos de la organización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Realizar las gestiones organizativas para llevar a cabo las acciones informativas y formativas: llamadas, reservas de salas, alojamientos, viajes, contratos, entre otras, asegurando la participación de los ponentes y colaboradores de la empresa o externos a ella, en las fechas y condiciones acordadas, atendiendo al presupuesto asignado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Planificar acciones informativas y formativas, respetando el presupuesto asignado, para conseguir los objetivos de la organización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.2: Gestionar las actuaciones de difusión del plan de información o formación, ejecutando acciones en redes sociales de la organización, correo electrónico, boletines de noticias (newsletter), notas de prensa, anuncios, entre otros, atendiendo al presupuesto asignado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Impartir los contenidos informativos/formativos de las acciones, utilizando técnicas, estrategias, recursos y materiales didácticos que faciliten la asimilación de dichos contenidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Fomentar la participación activa de los asistentes durante las acciones, planteando interrogantes, reflexiones, ejemplos u otros recursos didácticos y reforzando los comentarios de los asistentes a las acciones formativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Resolver las anomalías en el desarrollo de las acciones informativas o formativas, aplicando los procedimientos aprobados por la organización que aseguren el desarrollo y la eficacia de las mismas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Evaluar acciones informativas y formativas, utilizando técnicas de medición de resultados, para determinar su influencia en los consumidores.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Definir los procedimientos e instrumentos de evaluación de las acciones de información y formación, comprobando el grado de cumplimiento de los objetivos de la acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Calcular las desviaciones entre el presupuesto aprobado y los costes reales de la acción informativa o formativa, utilizando hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de actividades y proyectos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Elaborar el informe o memoria de evaluación de las acciones informativas o formativas recogiendo, al menos, los siguientes aspectos: objetivo, desarrollo, presupuesto inicial y coste real, incidencias, grado de cumplimiento de los objetivos, resultados de la acción y su relación con las necesidades detectadas, conclusiones y recomendaciones, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Evaluar acciones informativas y formativas, utilizando técnicas de medición de resultados, para determinar su influencia en los consumidores.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.4: Elaborar la memoria o informe de la acción, utilizando herramientas ofimáticas de procesamiento de textos, realización de presentaciones o infografías, respetando la imagen corporativa de la organización, teniendo en cuenta a sus destinatarios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5: Planificar campañas informativas, defendiendo los derechos de los consumidores en compras online, para garantizar el consumo legal y responsable.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Determinar las necesidades de información o formación para consumidores, empresas y organizaciones relacionadas con el comercio online, analizando las casuísticas del mercado, utilizando la metodología determinada por la organización y realizando estudios comparativos con otros mercados benchmarking, entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Dimensionar las campañas orientadas al comercio online, considerando la cuota de mercado del canal online, teniendo un enfoque multicanal y/o de omnicanalidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Programar los contenidos de las acciones informativas o formativas, relacionando los derechos de los consumidores con la normativa aplicable sobre publicidad y comercio electrónico, contrastando las diferencias en función del país en el que se efectúen las compras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Evaluar los resultados de las acciones informativas o formativas, comprobando el cumplimiento de los objetivos fijados por la organización y el grado de satisfacción de los participantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>