



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería”

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 “UC1471_2: Comercializar productos y servicios de la empresa de floristería”.

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: Informar a la clientela en todo lo concerniente a los productos y servicios ofertados en la empresa de floristería para satisfacer sus necesidades.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Cumplir la imagen personal propia y de la empresa de acuerdo con las normas y criterios internos establecidos para la atención a la clientela en lo relativo a vestuario y presencia física.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Aplicar los protocolos de atención a la clientela de manera profesional conforme a criterios de cortesía, comprensión, capacidad de respuesta, credibilidad y trato personalizado, según lo determine la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Transmitir la expresión oral (nombres científicos de flores y plantas, técnicas de creación, materiales específicos, entre otros) y escrita (hojas de pedido, cintas funerarias, tarjetas, presupuestos, entre otros) con un lenguaje comprensible y asequible a las condiciones socioculturales de la clientela que se atiende.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Elaborar las etiquetas, carteles, rótulos y demás materiales de apoyo, disponiendo su localización en la floristería en función de la información a transmitir a la clientela, cerciorándose que se respeta la normativa de consumo relativa a etiquetado de precios y publicidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Efectuar el contacto con la clientela a través de los diferentes canales de comunicación, presencial (visitas, ferias, eventos, entre otros) y no presencial, (telefonía, e-mail, redes sociales, sms, página web, e-commerce, chats, e-newsletters u otros canales digitales), con una información clara y precisa, siguiendo los criterios marcados por la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Informar a la clientela en todo lo concerniente a los productos y servicios ofertados en la empresa de floristería para satisfacer sus necesidades.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.6: Identificar las necesidades de la clientela (presupuesto, condiciones de pago, envío a domicilio, entre otros) para ofrecer los productos y servicios disponibles que mejor se ajusten a sus requerimientos, utilizando técnicas de comercialización precisas, y recomendando alternativas de compra, en su caso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7: Utilizar los medios auxiliares de comercialización y otros canales de comunicación publicitarios (catálogos de trabajos florales físicos o digitales, página web, blog, redes sociales, entre otros soportes de venta de la empresa) con conocimiento de su contenido y funcionamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Comercializar productos y servicios disponibles a través de los diferentes canales de comercialización, teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de la empresa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Calcular los precios de los productos y/o servicios (decoraciones con flores y/o plantas, decoraciones nupciales, grandes espacios, entre otros) teniendo en cuenta los factores (materias primas, materiales, costes asociados entre otros) que entran a formar parte del precio final con los márgenes necesarios para garantizar la rentabilidad de la operación de venta, según los criterios y objetivos marcados por la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Tramitar los encargos para enviar a otra localidad a la que no se sirva desde el propio establecimiento, siguiendo las pautas de la persona responsable y de las empresas de transmisión floral utilizadas, informando detalladamente a la clientela del precio final, recargos y procedimiento empleado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Anotar los encargos recibidos a través de cualquier canal comercial (online, offline) en los correspondientes formularios con todos los datos necesarios (fecha y requisitos de elaboración y entrega, precio, entre otros) para su ejecución en el taller y posterior entrega a la clientela, respetando la normativa sobre protección de datos de carácter personal aplicable a la clientela y al destinatario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Explicar las condiciones de venta, descuentos, recargos y alternativas disponibles, a la clientela en los encargos, presenciales o no, con transparencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Comercializar productos y servicios disponibles a través de los diferentes canales de comercialización, teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de la empresa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
y claridad, procediendo a la entrega o envío de una copia del albarán y/o factura del encargo efectuado y su posterior envío o recogida del pedido por parte de la clientela.				
2.5: Efectuar las operaciones de cobro en la venta en función del canal utilizado con los medios que la empresa tenga habilitados (efectivo, cheque, tarjetas, medios electrónicos, terminales de telefonía móvil, aplicaciones informáticas específicas, entre otros), garantizando su fiabilidad, seguridad, exactitud y proporcionando los documentos acreditativos de la compra que se ajusten a las indicaciones recibidas de la persona responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Efectuar el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones, descuadres e incidencias y reportando los documentos y comprobantes a la persona responsable de la contabilidad en ausencia de personal de categoría superior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7: Efectuar el servicio solicitado u operación según las competencias asignadas, cumpliendo la normativa aplicable sobre defensa de los consumidores y usuarios, protección de datos de carácter personal y recurriendo al personal de categoría superior si fuera necesario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Atender el servicio de seguimiento de la clientela, sugerencias, quejas y reclamaciones, según procedimientos, para fidelizar a la clientela y mejorar la imagen de calidad de la empresa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Establecer el proceso de seguimiento postventa, a través de los diferentes canales de comunicación, establecidos en la empresa (telefonía, e-mail, sms, página Web, chats, redes sociales, entre otros canales digitales) para mantener la relación con la clientela y ofrecer un servicio de calidad para conseguir su fidelización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Mantener el contacto con la clientela en fechas señaladas (onomástica, cumpleaños, aniversario, entre otras), utilizando las herramientas de gestión de seguimiento y los medios y cauces de comunicación previstos por la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Recabar la información necesaria que permita gestionar una incidencia en la atención a la clientela (queja, reclamación o sugerencia) amablemente, presentando posibilidades que faciliten el acuerdo según los criterios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Atender el servicio de seguimiento de la clientela, sugerencias, quejas y reclamaciones, según procedimientos, para fidelizar a la clientela y mejorar la imagen de calidad de la empresa.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
establecidos por la empresa y la normativa sobre defensa de los consumidores y usuarios.				
3.4: Atender las quejas o reclamaciones, adoptando una actitud positiva y segura, mostrando interés con propuestas de acuerdo en el ámbito de su responsabilidad, siempre según con los criterios que la empresa tenga establecidos para su posterior análisis y mejora del servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Trasladar la respuesta ante una incidencia (queja, reclamación o sugerencia) a la persona que la interpone, dando las explicaciones precisas para que se interprete correctamente el mensaje, o solicitándole un plazo de espera si se debe consultar al personal de categoría superior, tratando de evitar demoras innecesarias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Aplicar los derechos de las personas consumidoras ante una queja o reclamación y aquellas que exceden su responsabilidad, se transmiten con prontitud a la persona responsable, siguiendo el procedimiento establecido en la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>