



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento
del pequeño comercio”**

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 “UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio”.

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: Prever necesidades de compra y reposición, de productos en un pequeño comercio, efectuando una previsión de ventas, tendencias, capacidad del punto de venta, rotación, stock y costes, entre otros, estimando la demanda, para garantizar el abastecimiento a la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Obtener la información de las ventas y existencias de productos en el pequeño comercio, utilizando diariamente sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP), terminales en el punto de venta (TPV), programas de gestión de almacén, entre otros, controlando las entradas y salidas de productos, estimando las ventas futuras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Calcular la estimación de las ventas del pequeño comercio, utilizando técnicas de inferencia estadística, a partir de la información obtenida diariamente, teniendo en cuenta la rotación, estacionalidad, campañas y evolución de la actividad en el mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Comparar las cifras de ventas reales con las estimadas, utilizando hojas de cálculo, analizando las diferencias, identificando las causas de las desviaciones y variaciones de demanda, cambios de usos y costumbres de la clientela, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Determinar el stock máximo y mínimo de seguridad, atendiendo al volumen de la cifra de ventas, rotación de producto, capacidad de almacenaje tiempo de abastecimiento, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Programar las necesidades de compras de productos, atendiendo a la previsión de ventas, rotación de productos, stock de seguridad, tiempo de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Prever necesidades de compra y reposición, de productos en un pequeño comercio, efectuando una previsión de ventas, tendencias, capacidad del punto de venta, rotación, stock y costes, entre otros, estimando la demanda, para garantizar el abastecimiento a la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
abastecimiento, presupuesto disponible, condiciones de nuestros proveedores, entre otras.				

2: Gestionar el aprovisionamiento de productos, negociando con proveedores, utilizando tecnologías de la información (TIC) para garantizar el suministro de productos en un pequeño comercio.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Elaborar la cartera de proveedores y la red de distribución, consultando revistas del sector, Internet, recomendaciones, actualizando periódicamente la información de contacto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Solicitar las ofertas a proveedores y red de distribuidores comerciales o centrales de compra, utilizando técnicas de negociación, concretando requisitos y condiciones de suministro para cada producto, negociando y formalizando condiciones de compra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Elegir la oferta más ventajosa, comparando las condiciones de suministro ofrecidas por los potenciales proveedores o centrales de compra: precio, plazo de entrega, forma de pago, descuentos, calidad, servicio, entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Acordar el suministro de productos, con cada proveedor o central de compras, tramitando los pedidos, atendiendo a la programación de compras, condiciones de precios y tiempos de suministro, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Formalizar la compra de productos, en un documento -contrato de compra u orden de pedido-, reflejando las condiciones acordadas, detallando la responsabilidad de las partes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Tramitar los pedidos de productos, utilizando aplicaciones informáticas de gestión de compras, previendo la demanda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Efectuar operaciones de almacenaje, colocación, reposición e inventariado de existencias, utilizando aplicaciones de gestión de almacén y venta, para garantizar la disponibilidad de productos en el pequeño comercio.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Recepcionar los productos, comprobando el albarán de entrega, su ajuste y correspondencia con los pedidos realizados, en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio, confirmando su orden, entre otros, detectando fallos o incidencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Comunicar las incidencias detectadas en productos en el aprovisionamiento del comercio: errores en cantidades, precios, calidad, estado, embalaje, entre otras, al proveedor o distribuidor de forma inmediata, teniendo en cuenta el protocolo a seguir acordado con el proveedor previamente, resolviendo las incidencias según proceda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Realizar el desembalaje de los productos, utilizando herramientas, previniendo la ocurrencia de daños, desperfectos o roturas, respetando la normativa de carácter medioambiental y de prevención de riesgos laborales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Organizar la colocación de los productos en la superficie comercial -almacén y zona de ventas-, atendiendo a sus características físicas, condiciones de conservación, calidad, valor económico, atributos, visibilidad, combinaciones y gamas, entre otras, cumpliendo con criterios comerciales, utilizando el equipo adecuado -guantes, carretillas o paletas manuales, respetando las recomendaciones de seguridad en materia de prevención de riesgos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Realizar el recuento e inventario de los productos en tienda y almacén periódicamente, comprobando las existencias reales con los datos derivados de aplicaciones tales como el terminal en el punto de venta (TPV) o aplicaciones de gestión de almacén (ERP), procediendo a hacer una regularización del stock según las desviaciones detectadas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Detectar los huecos en exposición y las roturas de stocks en el punto de venta, partiendo de la información y datos de aplicaciones tales como el Terminal Punto de Venta (TPV), etiquetado electrónico (RFID) u otros sistemas de gestión de la trazabilidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Analizar el surtido, examinando la información de ventas producidas, stock, nuevas tendencias en la demanda, entorno y competencia, entre otras, para mejorar la rentabilidad de los productos ofrecidos a la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Determinar la rentabilidad y atractivo de los productos ofertados, utilizando ratios de cifras de ventas, márgenes de beneficios y aceptación de la clientela en el punto de venta, venta online, plataformas digitales, colaborativas, centros comerciales online (Market place), entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Obtener la información sobre nuevas tendencias de productos e innovaciones, recogiendo información de proveedores, publicaciones especializadas, asociaciones, feedback con nuestra clientela, acudiendo a ferias, fuentes online, foros y redes sociales, mejorando en cada momento nuestra competitividad comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Detectar los productos con riesgo de obsolescencia y caducidad, revisando la información del producto y ventas realizadas, considerando el índice de atracción y opinión de satisfacción de la clientela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Elaborar los planes de liquidación de productos, teniendo en cuenta los datos y productos con riesgo de obsolescencia y caducidad, estableciendo acciones comerciales como: publicidad en tienda, redes sociales, webs, zonas outlets, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Decidir la incorporación de nuevos productos, referencias o marcas, analizando las ventas y demanda, incorporando novedades tecnológicas, acudiendo a ferias, valorando la rentabilidad esperada, adaptando al surtido los productos existentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6: Trazar la gestión omnicanal de la distribución de pedidos, utilizando soluciones logísticas: centros de última milla, compra online y recoge en tienda (Buy online, pick up in store, BOPIS), sistemas de inteligencia artificial (IA), tecnología de radiofrecuencia (RFID), entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5: Implantar aplicaciones de gestión del pequeño comercio, previendo la demanda, verificando el stock, para mejorar los niveles de inventario.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Evaluar las tareas internas del pequeño comercio susceptibles de digitalizar, determinando las que pueden llevarse a cabo de forma mecanizada, implementando procesos de automatización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5: Implantar aplicaciones de gestión del pequeño comercio, previendo la demanda, verificando el stock, para mejorar los niveles de inventario.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.2: Formalizar la implantación de sistemas de gestión para el desarrollo de cada actividad, contratando con la empresa elegida servicios de mantenimiento, control y reposición, siguiendo las pautas de trabajo y de uso propuestas por los proveedores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Conseguir el conocimiento del stock real, mecanizando las entradas y salidas de productos, respetando la omnicanalidad en las ventas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Programar las estrategias de fidelización de la clientela, analizando patrones de compra, respetando las campañas según época del año, efectuando promociones, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6: Implantar modelos de negocio Business to Business (B2B), mejorando las relaciones comerciales con proveedores y clientela, para incrementar las ventas de un pequeño comercio.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Seleccionar los programas de gestión de relaciones con proveedores (Supplier Relationship Management, SRM) y plataformas negocio a negocio, Business to Business (B2B), comparando alternativas ofrecidas por proveedores, atendiendo a las necesidades de funcionamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Afianzar las relaciones comerciales con proveedores, implementando estrategias a largo plazo, negociando los contratos de compra, buscando una rentabilidad compartida, respetando los márgenes de beneficio, entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3: Emplear los sistemas de gestión de relaciones con proveedores (Supplier Relationship Management SRM), evaluando los procesos en función de su desempeño, seleccionando relaciones comerciales de beneficio mutuo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>