



## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

### CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

#### UNIDAD DE COMPETENCIA “UC2182\_3: Comercializar servicios de transporte por carretera”

#### 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 “UC2182\_3: Comercializar servicios de transporte por carretera”.

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.

<b>1: Publicitar servicios de transporte por carretera, aplicando técnicas de marketing, gestionando relaciones con clientes para garantizar su difusión, ampliando la cartera de clientes.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Facilitar la información sobre precios, rutas, horarios, destinos, entre otros, atendiendo a criterios de demanda de los usuarios de servicios de transporte por carretera, segmentando el mercado en función de la tipología de clientes potenciales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Actualizar la oferta y demanda de los servicios de transporte por carretera, consultando informes de centros de referencia, observatorios profesionales, estadísticas del sector, entre otros, utilizando sistemas EDI (Electronic Data Exchange).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Efectuar el análisis de la demanda en servicios de transporte por carretera, segmentando el mercado, identificando nichos de potenciales clientes y oportunidades de negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Realizar el estudio de la competencia, comparando servicios prestados, volumen de negocio, cuota de mercado, datos comerciales, entre otros, atendiendo a criterios comerciales: tipo de vehículo, tiempos mínimos, regularidad, línea y temporada, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Recoger la información sobre tipos de servicios de transporte por carretera ofertados, identificando en un informe de gestión, las variables de oferta y demanda, e interpretando su evolución y variación, interpretando la información del plan de marketing y planificación comercial de la organización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>1: Publicitar servicios de transporte por carretera, aplicando técnicas de marketing, gestionando relaciones con clientes para garantizar su difusión, ampliando la cartera de clientes.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.6: Promocionar los servicios de transporte por carretera, utilizando estrategias online y offline, captando clientes potenciales, aplicando técnicas de marketing directo, viral, relacional, entre otros, gestionando campañas de fidelización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>2: Gestionar la demanda de servicios de transporte por carretera, aplicando técnicas de venta, tanto presencial como telemáticas, fidelizando a clientes a través de redes sociales para alcanzar objetivos de venta.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Determinar las acciones de marketing y promoción del servicio de transporte, aplicando las técnicas de promoción y publicidad en función del tipo de servicio y clientes a los que se dirigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Difundir el servicio de transporte, empleando acciones de marketing directo, telemarketing, buzoneo, carteo, listas de distribución electrónica, publicidad en redes sociales, entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Efectuar las comunicaciones comerciales con clientes del servicio de transporte por carretera, aplicando técnicas de captación, analizando objetivos corporativos, información de servicios regulares, apertura de oficinas, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Incluir los datos de contactos comerciales y clientes, registrando la información en ficheros y bases de datos, actualizando los existentes, utilizando aplicaciones de gestión de clientes CRM (Customer Relationship Management).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Fidelizar los clientes de servicios de transporte por carretera, mejorando la atención directa, ofreciendo servicios personalizados, potenciando la venta cruzada y complementaria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>3: Detectar necesidades del cliente de servicios de transporte por carretera empleando, criterios de clasificación, segmentación, estudios de mercado, entre otros para adoptar decisiones dentro del plan de marketing asociado al servicio de transporte.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Identificar los servicios de transporte por carretera con mayor demanda, analizando la información generada en las interacciones presenciales o telefónicas con el cliente, registrando las solicitudes de información y sugerencias realizadas por el cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Recabar la información de la clientela, entrevistando al usuario del servicio o persona de contacto establecida como representante, en un ambiente cordial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Analizar las condiciones del servicio de transporte por carretera, deduciendo posibilidades de mejora, reducción de costes, valor añadido a aportar al cliente, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Medir el nivel de satisfacción del cliente, empleando encuestas de satisfacción del cliente y analizando las respuestas en función de las características de la empresa y los recursos disponibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Planificar los servicios de transporte por carretera de atención personalizada (premium), ofreciendo una atención diferenciada a la clientela: catering a bordo, asientos ergonómicos, climatización inteligente, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Planificar los servicios de transporte por carretera adaptados a personas con movilidad reducida (PMR), mejorando el acompañamiento desde las salas premium, prestando asistencia en el embarque y desembarque, destinando espacios a viajeros en silla de ruedas, numerando las butacas en Braille, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4: Confeccionar presupuestos en función de las necesidades del cliente, realizando ofertas de servicios de transporte por carretera competitivas para garantizar el margen de beneficio, política de precios, tarifas, entre otros, determinados previamente por la organización.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Confeccionar la oferta o presupuesto del servicio de transporte por carretera, examinando: las peticiones y necesidades del cliente, las actividades auxiliares necesarias -estiba y desestiba-, almacén, disponibilidad de vehículos, usos y términos comerciales acordados (Incoterms), necesidades de personal y retornos facilitados por el departamento de tráfico, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4: Confeccionar presupuestos en función de las necesidades del cliente, realizando ofertas de servicios de transporte por carretera competitivas para garantizar el margen de beneficio, política de precios, tarifas, entre otros, determinados previamente por la organización.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.2: Calcular los costes fijos y variables, de la operación: paralizaciones, manipulación, estancia en almacén, seguros, gestiones administrativas, entre otras, procesando la información suministrada por el departamento financiero o contable de la empresa de transporte por carretera, aplicando las tarifas y márgenes fijados por la organización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Determinar la oferta vinculante del servicio de transporte por carretera, procesando las partidas del servicio de transporte, las tarifas de la organización, cargas fiscales de la prestación del servicio, seguros, otros costes o riesgos que pudieran ocurrir según el tipo de operación -viajeros o mercancías, peligrosas o perecederas- periodo de vigencia de la oferta, cláusulas de revisión entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Elaborar el presupuesto del servicio de transporte y actividades auxiliares acordadas teniendo en cuenta las partidas, costes, fiscalidad, márgenes comerciales, descuentos, especificando las variables de la operación acordadas con el cliente y establecidas por la organización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Entregar la oferta vinculante del servicio de transporte por carretera, informando al cliente sobre las condiciones del servicio: precio, condiciones de pago, desviaciones, descuentos, medios de pago, penalizaciones, entre otros, explicando alternativas en las condiciones de pago y contratación, atendiendo a criterios financieros y de producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>5: Pactar condiciones de servicios de transporte por carretera, utilizando técnicas y habilidades de negociación para cerrar la operación y el contrato de transporte.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Presentar las cláusulas y precios de la oferta de prestación del servicio de transporte, detallando al cliente información sobre: número de vehículos, horarios, líneas y cualquier excepción que suponga alteración en el servicio estándar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>5: Pactar condiciones de servicios de transporte por carretera, utilizando técnicas y habilidades de negociación para cerrar la operación y el contrato de transporte.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.2: Gestionar el proceso de negociación de la oferta, identificando rangos y márgenes de la propuesta presupuestaria, negociando las objeciones con el cliente, diferenciándose frente a la competencia.				
5.3: Revisar las actividades auxiliares del servicio de transporte por carretera: agencia de transporte, transitarios, almacenistas-distribuidores, centros de información y distribución de cargas, estaciones de transporte, arrendamiento de vehículos, entre otros, colaborando con el cliente, adaptando cada servicio a la demanda prevista, aplicando criterios de calidad y eficacia medioambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Explicar los cambios en las condiciones de la oferta -precio de servicios de transporte, coste, servicios añadidos, costes extras, condiciones de pago, penalizaciones, entre otros, motivando su aplicación, temporalidad, cambio de precios de combustibles y revisiones pactadas, concretando la responsabilidad de las partes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5: Gestionar las condiciones sobre penalizaciones, resolución de conflictos, arbitraje, volúmenes de movimiento, precios, temporalidad, nivel de servicio, horarios de servicios, tiempo de reacción, entre otros, negociando con proveedores y clientes, mejorando los márgenes de beneficio, adoptando una actitud flexible y asertiva en los acuerdos a alcanzar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>6: Preparar la documentación comercial, contrato de transporte, carta de porte, entre otros, garantizando la ejecución de la operación en las condiciones acordadas en el servicio de transporte por carretera.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Redactar los términos acordados durante el proceso de negociación, siguiendo el modelo de contrato-tipo de transporte por carretera, carta de porte o convenio CMR, respetando las cláusulas pactadas, riesgos y responsabilidades entre las partes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Confeccionar el modelo de contrato, cumplimentando los apartados que lo componen: partes implicadas, objeto del contrato, condiciones de transporte, cláusulas de salvaguardia, entre otros, previniendo conflictos posteriores entre las partes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>6: Preparar la documentación comercial, contrato de transporte, carta de porte, entre otros, garantizando la ejecución de la operación en las condiciones acordadas en el servicio de transporte por carretera.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.3: Determinar las obligaciones legales derivadas de la firma de un contrato de transporte, haciendo hincapié en las condiciones de transporte y convenios de transporte internacional de mercancías.				
6.4: Aplicar el plan de prevención sobre riesgos laborales, abarcando la actividad empresarial de transporte por carretera, reduciendo los riesgos derivados del puesto de trabajo, exposición a vibraciones del vehículo, posturas estáticas, manipulación manual de cargas, exposición al ruido, inhalación de vapores y gases tóxicos (combustibles), fatiga física y mental, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5: Delimitar las responsabilidades entre las partes, atendiendo a lo acordado en el contrato de transporte, dirimiendo cualquier controversia relativa a la interpretación, aplicación o ejecución del contrato ante la Junta Arbitral del Transporte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>