



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA “UC2452_3: Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos”

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 “UC2452_3: Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos”.

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: Gestionar las acciones de desmontaje y finalización del evento corporativo (interno o externo), cumpliendo con los parámetros de seguridad y dinamización, para asegurar los objetivos de la empresa e integridad del servicio proporcionado al cliente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Ejecutar el desmontaje de los aspectos físicos del evento, siguiendo los parámetros de prioridades en cascada, comenzando por lo más voluminoso y lo que requiere una mayor intervención de personal, material y maquinaria de desmontaje como objetos audiovisuales, enseres gráficos y carpintería y el mobiliario, entre otros, respetando franjas horarias para escalonar el desmontaje, agilizando la presencia de montadores y personal auxiliar para espacios de carga y descarga como muelles o zonas destinadas a dicho propósito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Desmontar los materiales y utensilios como material audiovisual, la producción gráfica, la carpintería, moquetas, entre otros, gestionando la integridad de los mismos para comprobar con los proveedores el cumplimiento del servicio contratado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Asegurar la recogida del material propio, gestionando con el personal auxiliar su desmontaje y transporte a proveedores contratados, oficinas propias, almacenes, para garantizar su integridad y utilización en futuras acciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Comprobar el espacio de desarrollo de las acciones del evento corporativo como auditorios, espacios singulares, palacios de congresos, entre otros, asegurando la integridad de los mismos y la ausencia de desperfectos, estando lo más cercano a su estado original posible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Gestionar las acciones de desmontaje y finalización del evento corporativo (interno o externo), cumpliendo con los parámetros de seguridad y dinamización, para asegurar los objetivos de la empresa e integridad del servicio proporcionado al cliente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.5: Rellenar el documento esquemático en formato Check list, comprobando el cumplimiento de los parámetros del desmontaje como personas que se encargan de cada aspecto, proveedores deben acudir franjas horarias de desmontaje por prioridades, documentos de acreditación del personal de proveedores así como matrículas de los camiones de carga y descarga, listados del material alquilado de cada proveedor y datos de contacto de los responsables, entre otros, para garantizar un control y seguridad de la acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6: Gestionar la información de desarrollo del cumplimiento del evento, cotejándolo, posteriormente, siguiendo el documento y entrevistándose con todos los proveedores, jefes de equipo del evento y cliente con el fin de obtener una visión completa del mismo para posterior evaluación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7: Confirmar el grado de satisfacción del cliente, a través de entrevistas personales, cuestionarios y formularios, entre otros, atendiendo a los parámetros de calidad que ofrece la marca/empresa organizadora y producto contratado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Gestionar las acciones del cierre económico y desviaciones de los mismos con los proveedores y terceros subcontratados e implicados en el evento corporativo con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Revisar los presupuestos definitivos y desviaciones producidas con los proveedores, cotejando la verosimilitud, exactitud y adecuación a lo solicitado y las posibles variaciones ocurridas, ya sea con aprobación de la persona responsable o del propio cliente, para garantizar un presupuesto real y exacto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Revisar las desviaciones producidas con los equipos responsables, estudiando causas y adecuación a situaciones como falta de planificación, imprevisto o solicitud del cliente, entre otros y poder en su caso derivarlas a costes de cliente o a costes propios, para ajustar presupuestos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Gestionar las acciones de cobro de factura con cada proveedor, comprobando datos, con el fin de cerrar el expediente y asegurar el pago.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Gestionar las acciones del cierre económico y desviaciones de los mismos con los proveedores y terceros subcontratados e implicados en el evento corporativo con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.4: Facilitar los datos y contactos de cada proveedor al departamento administrativo, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora de manera que se agilice y facilite la gestión de los mismos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Redactar los datos de presupuestos de proveedores y terceros, resumiendo la información a: presupuesto inicial y final, desviaciones y rápeles por volumen o descuentos aplicados de manera que posteriormente se pueda analizar la adecuación de la acción de compra y ahorro en el expediente de estudio de la rentabilidad del evento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Gestionar las acciones de cierre de presupuestos finales y desviaciones de los mismos con el cliente, a través del envío de dichos presupuestos y la posterior reunión de análisis, con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Presentar el presupuesto definitivo con las desviaciones estudiadas y aprobadas con los proveedores al cliente, mediante herramientas de comunicación decididas en conjunto que suele convenir en el adelanto del presupuesto en el programa de cálculo Excel por email para su estudio previo por parte del cliente y gestionando una posterior reunión para debatir diferencias y consolidar su aprobación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Evaluar los márgenes establecidos por la empresa y su adaptación de presupuesto con el cliente, determinando tipo de adaptación a presupuesto final en función de precio de proveedores, horas extras, personal, entre otros, para garantizar la rentabilidad del evento y satisfacción del cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Negociar la forma de pago de la factura, coordinándola con el departamento de administración, disponibilidad de liquidez del cliente y necesidades de pago a terceros como proveedores entre otros para garantizar la eficacia en el cobro y satisfacción de los implicados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Gestionar el cobro de la factura por los servicios prestados en el evento al cliente, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora, facilitando el pago de la misma.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Gestionar las acciones de cierre de presupuestos finales y desviaciones de los mismos con el cliente, a través del envío de dichos presupuestos y la posterior reunión de análisis, con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.5: Gestionar el análisis cuantitativo del presupuesto final, sus desviaciones, márgenes, distribuciones de costes y beneficios, adecuándolo a las estrategias de márgenes y de inversión de la marca/empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Evaluar los servicios prestados, mediante métodos estandarizados, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y aplicar la retroalimentación para la mejora de futuras acciones.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Recoger la información referente al evento y sus incidencias con el equipo, los proveedores y el cliente, mediante entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, analizando el proceso para mejorar futuras acciones de eventos corporativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Comprobar la consecución de los objetivos, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, comprobando la integridad de los mismos y la satisfacción del cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Evaluar las evaluaciones recogidas mediante métodos estandarizados cualitativa y cuantitativamente, segmentando la información según el servicio prestado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Redactar los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestado, mejora de imagen de la empresa organizadora y ofertas atrayentes para clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Analizar la información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad en reuniones internas y/o con el cliente, mediante memorias periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de la información obtenida, entre otras, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores de eventos corporativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: <i>Evaluar los servicios prestados, mediante métodos estandarizados, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y aplicar la retroalimentación para la mejora de futuras acciones.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.6: Destinar los datos obtenidos por estos medios al análisis del ROI (Return On Investment) para el cliente, analizando aspectos como la satisfacción del asistente, la fidelización o la implementación del mensaje.				

5: <i>Aplicar herramientas de comunicación y evaluación, diseñadas por la empresa organizadora del evento corporativo (interno o externo) a través de correos electrónicos, relación en redes sociales, correo físico y otras metodologías tecnológicas como los pen-drive o canales en la nube, para garantizar la continuidad de relación con el cliente, y de su fidelización.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Evaluar la planificación estratégica posterior al evento de la empresa organizadora, utilizando las herramientas diseñadas para tal fin, con objeto de garantizar el cumplimiento y objetivo de la marca, así como la imagen de la misma y fidelización y/o captación de clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Enviar las comunicaciones personalizadas, como videos resumen, fotos, entre otros mediante herramientas informáticas generadas para el evento que usan gestores de envíos masivos, así como estructuras de envíos personalizados para garantizar la relevancia del mensaje transmitido y la capacidad de vinculación de los clientes con la marca, engagement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Planificar la comunicación a lo largo del tiempo, uniendo los datos a la herramienta de gestión de relaciones con clientes CRM de la empresa con los datos obtenidos en el evento como quienes se han interesado por un producto, quienes han visitado un stand o quienes han solicitado información adicional, entre otros, para proporcionar la fidelización y satisfacción del cliente con acciones planificadas y enfocadas, estacionales y especiales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Transmitir la información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad al cliente, mediante memorias de evaluación periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación y sistematización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5: Redactar los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



UNIÓN EUROPEA
NextGenerationEU