



GUÍA DE EVIDENCIAS DEL ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES

**“ECP1788_3: Planificar iniciativas y actividades empresariales en
pequeños negocios o microempresas”**



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DEL ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en los elementos de la competencia (EC) e indicadores de calidad (IC) del ECP1788_3: Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas.

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (Estándar de Competencias Profesionales (ECP) y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en los elementos de la competencia del estándar de competencias profesionales, y a dos dígitos las reflejadas en los indicadores de calidad.



1. Programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio, en función de las propias capacidades emprendedoras y de la información del entorno obtenida de las fuentes de información y detectando sus riesgos y oportunidades, a fin de prever la viabilidad del pequeño negocio o microempresa.

- 1.1 La información sobre las alternativas de negocio (el sector de actividad y su evolución, información comercial, técnica, sinergias con otros negocios, normativa, barreras de entrada, entre otras) se recoge, manejando buscadores de información en línea y otras fuentes secundarias (datos publicados, informes, redes sociales: análisis de etiquetas (“Hashtags”), vigilancia de negocios similares, seguimiento de personas influyentes (“influencers”), entre otras) o primarias (recogida directa a través de encuestas o entrevistas, entre otras).
- 1.2 El análisis de la información de la oferta del mercado (proveedores y empresas que concurren en el mercado) se configura, analizando los datos recogidos y valorando sus particularidades (precios, plazos de entrega, calidades, condiciones de pago, pedidos mínimos, gastos de transporte, entre otras).
- 1.3 El análisis del perfil de la clientela (características personales, hábitos de compra, nivel de renta, entre otros) se confecciona, aplicando técnicas de segmentación que permitan su caracterización y manejando los medios y fuentes de información (observación directa, encuestas realizadas, publicaciones, informes, webs, redes sociales, entre otros), diversificando la clientela en función de su personalidad jurídica (personas físicas, empresas, ONGs, Administraciones Públicas, entre otras).
- 1.4 El análisis del entorno se ejecuta, identificando las necesidades no cubiertas, actividades innovadoras, nuevos nichos de mercado y otras oportunidades empresariales, manejando instrumentos de observación sistematizada o en base a la propia experiencia en el sector o actividad.
- 1.5 Las posibilidades de negocio se comparan, analizando las ventajas competitivas y el valor añadido de cada una de ellas, jerarquizando las opciones e identificando los factores críticos de éxito y de fracaso en función de la información recogida y los análisis realizados tales como el análisis Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO).
- 1.6 La dimensión del pequeño negocio (volumen de negocio esperado, cuota de mercado objetivo, ámbito geográfico y segmento de población) se proyecta, a partir de la información analizada, de las expectativas de crecimiento y del momento de la vida del producto/servicio.
- 1.7 La normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial se recaban, solicitando la información y aclaraciones sobre su interpretación y ejecución a las



administraciones públicas, consultando servicios de asesoramiento externo (asociaciones empresariales, gestores, asesores, cámaras de comercio, entre otros) y fuentes de información (webs especializadas, manuales, revistas, entre otras).

- 1.8 La evaluación del perfil emprendedor se practica, relacionándola con las posibles ideas de negocio y manejando los medios y recursos informativos y de orientación (portales, guías y herramientas de emprendedores, servicios de orientación públicos y privados, entre otros), planificando las líneas de actuación ante debilidades y carencias detectadas (acciones formativas, asesoramiento externo, búsqueda de información especializada, entre otras), priorizándolas en función de factores como el coste, la duración y amplitud de dichas acciones, entre otros.

2. Planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa, definiendo las variables de “marketing-mix” para su posicionamiento en el mercado.

- 2.1 La identidad o imagen corporativa del pequeño negocio se define, determinando el logotipo (icono, paleta de colores, organización visual, entre otros) y sus elementos de soporte (tarjetas de presentación, vestimenta, documentación comercial, diseño web, sede comercial, entre otros), en función del presupuesto asignado, de la idea de negocio a emprender, el segmento de mercado y las características del producto y/o servicio a ofertar.
- 2.2 Los productos y/o servicios a ofertar se disponen, delimitando las características de las líneas de negocio (profundidad y amplitud), detallando sus atributos comerciales y técnicos (diseño, calidades, tamaños, composición, entre otros), sus características emocionales, adaptándolo a las nuevas necesidades y exigencias del mercado y diferenciándolos de la competencia.
- 2.3 La política de precios de los productos y/o servicios se fijan, analizando la información comercial y teniendo en cuenta los costes, los precios de la competencia, el margen de beneficio, el ciclo de vida del producto y la tendencia del mercado y revisándolos con una periodicidad programada.
- 2.4 Las acciones estratégicas de comunicación (publicidad, campañas de promoción, acciones de comercialización (“merchandising”), redes sociales, entre otras) se planifican, analizando las variables aplicables (coste, repercusión, perfil del cliente, momento de la vida del producto/servicio, entre otras), sopesando la necesidad de un servicio profesional de gestión de redes sociales (“community manager”).
- 2.5 Los canales de distribución del producto y/o servicio (venta directa, “vending”, “Internet”, comercio electrónico, entre otros) se fijan, en función de las características del producto y/o servicio, del coste de distribución, tipos de intermediarios, optimización de tiempo, costes de cada uno y las características de los clientes potenciales.
- 2.6 Las estrategias de fidelización de la clientela se define, teniendo en cuenta características de la clientela real (edad, ubicación, entre



otras), sus intereses, nivel de satisfacción, frecuencia de compra, lealtad hacia la marca, entre otros y las circunstancias del mercado, revisándolas con una periodicidad programada.

- 2.7 Las medidas de ajuste de la estrategia de marketing se adoptan, a partir del seguimiento de los indicadores de control, manejando herramientas como el cuadro de mandos integral, y de las desviaciones o ineficiencias detectadas en el desarrollo de la actividad.

3. Planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control para lograr un eficiente y permanente funcionamiento del pequeño negocio o microempresa.

- 3.1 Los procesos (internos y externos) del pequeño negocio se definen, identificando los subprocesos, y/o tareas que intervienen de acuerdo con la dimensión estimada y las características de la actividad a desarrollar.
- 3.2 Los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, se conforman a partir de los procesos productivos, analizando su coste, recursos financieros, entre otros, asignando las funciones, responsabilidad, y tareas a los puestos de trabajo, a partir de los perfiles exigidos y conforme a criterios de optimización (coste, horarios, entre otros).
- 3.3 La cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos se disponen, a partir de los procesos definidos y teniendo en cuenta su coste y su incidencia en el objetivo planteado.
- 3.4 La ubicación del negocio (física y/o telemática) y su distribución se constituyen, en función de factores como las características del sector, ubicación de la competencia, tipo de producto y/o servicio a ofrecer, accesibilidad de los clientes, costes a asumir, proximidad de fuentes de aprovisionamiento, infraestructuras útiles, entre otros, seleccionando el local o instalaciones, considerando las alternativas (ubicación, dimensiones, costes, entre otras) y comparando las ventajas, inconvenientes, costes de cada una de ellas y del tipo de productos que se van a comercializar y/o fabricar o de los servicios que se van a prestar y los requisitos técnicos exigidos en la normativa aplicable.
- 3.5 La modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos se organiza, en función de las opciones aplicables (compra de primera o segunda mano, arrendamiento, "leasing" u otros), de la capacidad financiera del pequeño negocio y atendiendo a criterios de selección tales como precio, calidad, transporte, plazo de entrega, servicios añadidos.
- 3.6 La externalización de procesos, fases, actividades y servicios (gestoría, consultoría, entre otros) se contrata, en función del grado de dificultad de las tareas a ejecutar, del volumen de negocio y del coste a asumir, el número y cualificación del personal, entre otros.



- 3.7 La forma jurídica seleccionada para el negocio se constituye, comparando las características de cada una de ellas en función de la información obtenida, la estrategia y características del negocio, documentando dicha información, en el plan jurídico formal.
- 3.8 El seguimiento de la actividad se planifica, identificando las áreas críticas a controlar, los indicadores de control, las personas responsables, manejando herramientas tales como el cuadro de mandos integral, detectando desviaciones o ineficacias en el desarrollo de la actividad y adoptando las medidas de ajuste de la planificación de la organización.

4. Confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa, manejando hojas de cálculo y aplicaciones ofimáticas específicas, con objeto de elaborar el plan económico financiero.

- 4.1 Los elementos con significación económica (previsión de venta, coste de los recursos, entre otros) identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa, se cuantifican mediante la expresión de su valor monetario, utilizando hojas de cálculo o aplicaciones de gestión que permitan su posterior análisis.
- 4.2 El presupuesto de inversiones se confecciona, valorando los activos fijos (maquinaria, instalaciones, mobiliario, vehículos, entre otros) para comenzar el desarrollo de la actividad y conforme a la política de amortizaciones de dichos activos.
- 4.3 El presupuesto de operaciones se elabora, calculando las ventas previstas, los costes de personal, aprovisionamiento, de producción, suministros (energía, agua, residuos, entre otros) y otros gastos generales.
- 4.4 El presupuesto financiero se elabora, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos, cuantificando el coste financiero anual de las modalidades de financiación.
- 4.5 La información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas se revisa, identificándolas y seleccionándolas en función de los requisitos exigidos (destinatario, finalidad de los fondos, justificación, plazos, compromisos, entre otros) y de las necesidades financieras del pequeño negocio.
- 4.6 Los estados económico-financieros previsionales (balance, cuenta de resultados, estado de tesorería, entre otros) se elaboran, en función de los presupuestos confeccionados y conforme a los escenarios económicos (pesimista, neutro y optimista).

5. Gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada, a partir de la información de los estados financieros (previsionales y reales), manejando aplicaciones ofimáticas específicas, a fin de garantizar la rentabilidad y supervivencia de pequeños negocios.



- 5.1 El análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados se verifican de manera programada, manejando los indicadores estipulados (ratios de solvencia, liquidez, rentabilidad, rotación, entre otros).
- 5.2 El punto muerto o umbral de rentabilidad se calcula, valorando los ingresos por ventas previstos y los costes (fijos y variables) previsionales a través de la información recogida en los estados financieros relacionados.
- 5.3 La rentabilidad de los proyectos de inversión (de inicio o desarrollo de actividad) se contrasta, conforme a criterios de selección de inversiones tales como el valor actual neto y la tasa interna de retorno, a fin de determinar qué proyectos se van a emprender.
- 5.4 Las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran se deciden, a partir del análisis de los documentos económico-financieros y de los indicadores calculados.
- 5.5 La financiación del negocio se define, asignando las cantidades a cada tipo de financiación (externa, interna, micromecenazgo, entre otras), aplicando criterios de cultura financiera (costes, gastos, ahorro, entre otros).
- 5.6 La auditorías internas y externas se programan, comprobando la consecución de los objetivos económicos y financieros.

6. *Elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados, definiendo las acciones para su divulgación, presentación y tramitación ante terceros.*

- 6.1 El plan de negocio se configura, a partir de los elementos analizados y planificados (la oportunidad de negocio identificada, la estrategia de marketing, la planificación de la organización de la actividad, el análisis económico-financiero, entre otros), sintetizando y redactando las decisiones por escrito en un documento formal que permita su presentación a terceros y el seguimiento programado de la planificación.
- 6.2 Las presentaciones gráficas de apoyo a la presentación del plan de negocio se confeccionan, a partir de la información contenida en el plan.
- 6.3 La red de relaciones con terceros se dispone, contactando con instituciones públicas o privadas, entidades financieras, asociaciones, cámaras de comercio, entre otros, recogiendo experiencias que favorezcan el empoderamiento emprendedor.
- 6.4 Las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros (organismos públicos, entidades financieras, cámaras de comercio, entre otros) se planifican, estableciendo plazos, procedimientos y concertando entrevistas para la puesta en marcha de la actividad.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.



La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en los elementos de la competencia del ECP1788_3: **Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Análisis de la idea de negocio, del entorno y de las capacidades emprendedoras

- Características de pequeños negocios y microempresas: tipología. Diagnóstico de las capacidades del emprendedor: factores personales y financieros. Las ideas de negocio: fuentes de búsqueda de ideas, variables de estudio, factores directos e indirectos. Buscadores y metabuscadores de información en "Internet". El mercado: características, factores implicados y estrategias para superar las barreras de entrada. Análisis del sector y la competencia: identificación y cuantificación de sus variables. Criterios de segmentación de la clientela. Técnicas de creatividad aplicadas a generación y análisis de ideas en pequeños negocios o microempresas. Técnicas para la elección de la mejor idea de negocio, cuadro de análisis DAFO: utilidad, estructura, elaboración e interpretación.

2. Planificación de la estrategia comercial y de marketing en pequeños negocios o microempresas

- "Marketing-mix" Las "4 Ps": Producto, Precio, Distribución y Comunicación. Cartera de productos: líneas de productos, atributos comerciales y técnicas, ciclo de la vida del producto. Gestión estratégica de precios: objetivos de la política de precios, estrategias y métodos de fijación. Acciones de publicidad: tipos, elección del medio publicitario y costes. Promoción de ventas: objetivos, instrumentos, efectos y costes. Distribución: funciones, tipos y canales. Estrategias de fidelización de la clientela.

3. Planificación organizativa y de recursos en pequeños negocios o microempresas

- Actividad organizativa del pequeño negocio o microempresa: elementos materiales, personales y funcionales. Organización de recursos humanos en pequeños negocios o microempresas: los puestos de trabajo, perfiles profesionales, costes a asumir y estructura organizativa (organigrama). Técnicas de selección del local o instalaciones del negocio: ubicación y análisis del diseño. Recursos materiales en pequeños negocios o microempresas: instalaciones, equipamientos y medios. Decisiones de inversión. Aplicaciones ofimáticas de gestión de pequeños negocios o microempresas: utilidades. Cuadro de mandos integral: prestaciones y utilización. Indicadores de control en pequeños negocios o microempresas.

4. Planificación financiera y análisis de viabilidad económico-financiera en pequeños negocios o microempresas

- Características y funciones del presupuesto. Tipos de presupuestos: presupuesto de inversiones, presupuesto operativo, presupuesto de ventas, presupuesto de compras. Fuentes de financiación: criterios para su selección. Presupuesto financiero. Estados financieros previsionales y reales: significado, interpretación y elaboración. Estructura, y modelos. Equilibrio financiero: cálculo e interpretación. Instrumentos de análisis: ratios financieras, económicos y de rotación más importantes. Cálculo e interpretación de ratios. Rentabilidad de proyectos de inversión. Métodos de valoración de inversiones: ROI, VAN y TIR, interpretación y cálculo. Hojas de cálculo aplicadas a la presupuestación, confección de estados financieros y análisis de viabilidad: prestaciones y utilización. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero.

5. Configuración de los elementos del plan de negocio y previsión de actuaciones

- Formas jurídicas en pequeños negocios o microempresas: empresario individual, sociedades. Tipos y características. Determinación de la forma jurídica: exigencias legales, aspectos fiscales, responsabilidades y capital social. Estructura del plan de negocio: plan de marketing, plan de organización de recursos, plan financiero y plan jurídico formal.
- Aspectos formales del documento: claridad, limpieza, orden y brevedad. Instrumentos de edición y presentación de la información.
- Utilidad del plan de negocio en el empoderamiento y supervivencia de pequeños negocios. Establecimiento de red de relaciones y empoderamiento emprendedor. Efectividad de acciones de presentación y divulgación de planes de negocio ante terceros. Utilización de aplicaciones ofimáticas en la presentación gráfica de planes de negocios: prestaciones, ventajas y criterios de explotación.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.
- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.
- Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con la actividad.
- Transmitir información con claridad de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.
- Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.
- Promover la igualdad de trato entre mujeres y hombres, evitando discriminaciones, directas o indirectas, por razón de sexo.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador



o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional del Estándar de Competencias Profesionales implicado.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de elementos de la competencia del Estándar de Competencias Profesionales.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso del “ECP1788_3: Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas, cumpliendo la normativa relativa a protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

- 1.** Programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio y planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa.
- 2.** Planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control y confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa.
- 3.** Gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada y elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

| <i>Criterios de mérito</i> | <i>Indicadores de desempeño competente</i> |
|--|---|
| <i>Exactitud en la programación de las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio y en la planificación de la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Recogida de la información sobre las alternativas de negocio.- Configuración del análisis de la información de la oferta del mercado.- Confección del análisis del perfil de la clientela.- Ejecución del análisis del entorno.- Comparación de las posibilidades de negocio.- Proyección de la dimensión del pequeño negocio.- Recaudación de la normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial.- Ejecución de la evaluación del perfil emprendedor.- Definición de la identidad o imagen corporativa del pequeño negocio.- Disposición de los productos y/o servicios a ofertar.- Fijación de la política de precios de los productos y/o servicios.- Planificación de las acciones estratégicas de comunicación.- Fijación de los canales de distribución del producto y/o servicio. |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Definición de las estrategias de fidelización de la clientela.- Adopción de las medidas de ajuste de la estrategia de marketing. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A</i></p> |
| <p><i>Destreza en la planificación de la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control y en la confección de los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa.</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Definición de los procesos (internos y externos) del pequeño negocio.- Conformación de los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, a partir de los procesos productivos.- Disposición de la cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos.- Constitución de la ubicación del negocio y su distribución.- Organización de la modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos.- Contratación de la externalización de procesos, fases, actividades y servicios.- Constitución de la forma jurídica seleccionada para el negocio.- Planificación del seguimiento de la actividad.- Cuantificación de los elementos con significación económica identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa.- Confección del presupuesto de inversiones, valorando los activos fijos.- Elaboración del presupuesto de operaciones.- Elaboración del presupuesto financiero, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos.- Revisión de la información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas.- Elaboración de los estados económico-financieros previsionales. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B</i></p> |
| <p><i>Eficacia en la gestión de la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada y en la elaboración del plan de negocio documentado</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Verificación del análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados de manera programada.- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.- Verificación de la rentabilidad de los proyectos de |

| | |
|---|--|
| <i>integrando los elementos analizados y planificados.</i> | <p>inversión, conforme a criterios de selección de inversiones.</p> <ul style="list-style-type: none">- Decisión de las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran.- Definición de la financiación del negocio, asignando las cantidades a cada tipo de financiación.- Programación de las auditorías internas y externas.- Configuración del plan de negocio, a partir de los elementos analizados y planificados.- Disposición de la red de relaciones con terceros.- Planificación de las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C</i></p> |
| <i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i> | |
| <i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i> | |

Escala A

| | |
|---|--|
| 4 | <p><i>Para programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio y planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa, recoge la información sobre las alternativas de negocio. Configura el análisis de la información de la oferta del mercado. Confecciona el análisis del perfil de la clientela. Ejecuta el análisis del entorno. Compara las posibilidades de negocio. Proyecta la dimensión del pequeño negocio. Recauda la normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial. Ejecuta la evaluación del perfil emprendedor. Define la identidad o imagen corporativa del pequeño negocio. Dispone los productos y/o servicios a ofertar. Fija la política de precios de los productos y/o servicios. Planifica las acciones estratégicas de comunicación. Fija los canales de distribución del producto y/o servicio. Define las estrategias de fidelización de la clientela. Adopta las medidas de ajuste de la estrategia de marketing.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio y planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa, recoge la información sobre las alternativas de negocio. Configura el análisis de la información de la oferta del mercado. Confecciona el análisis del perfil de la clientela. Ejecuta el análisis del entorno. Compara las posibilidades de negocio. Proyecta la dimensión del pequeño negocio. Recauda la normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial. Ejecuta la evaluación del perfil emprendedor. Define la identidad o imagen corporativa del pequeño negocio. Dispone los productos y/o servicios a ofertar. Fija la política de precios de los productos y/o servicios. Planifica las acciones estratégicas de comunicación. Fija los canales de distribución del producto y/o servicio. Define las</i></p> |

| | |
|---|--|
| | <p><i>estrategias de fidelización de la clientela. Adopta las medidas de ajuste de la estrategia de marketing, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para programar las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio y planificar la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa, recoge la información sobre las alternativas de negocio. Configura el análisis de la información de la oferta del mercado. Confecciona el análisis del perfil de la clientela. Ejecuta el análisis del entorno. Compara las posibilidades de negocio. Proyecta la dimensión del pequeño negocio. Recauda la normativa y trámites específicos relacionados con el sector de actividad empresarial. Ejecuta la evaluación del perfil emprendedor. Define la identidad o imagen corporativa del pequeño negocio. Dispone los productos y/o servicios a ofertar. Fija la política de precios de los productos y/o servicios. Planifica las acciones estratégicas de comunicación. Fija los canales de distribución del producto y/o servicio. Define las estrategias de fidelización de la clientela. Adopta las medidas de ajuste de la estrategia de marketing, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No programa las actividades a emprender, identificando y valorando oportunidades de negocio ni planifica la estrategia de marketing del pequeño negocio o microempresa.</i></p> |

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala B

| | |
|---|--|
| 4 | <p><i>Para planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control y confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa, define los procesos (internos y externos) del pequeño negocio. Conformar los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, a partir de los procesos productivos. Dispone la cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos. Constituye la ubicación del negocio y su distribución. Organiza la modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos. Contrata la externalización de procesos, fases, actividades y servicios. Constituye la forma jurídica seleccionada para el negocio. Planifica el seguimiento de la actividad. Cuantifica los elementos con significación económica identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa. Confecciona el presupuesto de inversiones, valorando los activos fijos. Elabora el presupuesto de operaciones. Elabora el presupuesto financiero, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos. Revisa la información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas. Elabora los estados económico-financieros previsionales.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control y confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa, define los procesos (internos y externos) del pequeño negocio. Conformar los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, a partir de los procesos productivos. Dispone la cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos. Constituye la ubicación del negocio y su distribución. Organiza la modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos. Contrata la externalización de procesos, fases, actividades y servicios. Constituye la forma jurídica</i></p> |

| | |
|---|--|
| | <p><i>seleccionada para el negocio. Planifica el seguimiento de la actividad. Cuantifica los elementos con significación económica identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa. Confecciona el presupuesto de inversiones, valorando los activos fijos. Elabora el presupuesto de operaciones. Elabora el presupuesto financiero, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos. Revisa la información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas. Elabora los estados económico-financieros previsionales, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para planificar la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control y confeccionar los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa, define los procesos (internos y externos) del pequeño negocio. Conformar los recursos humanos, así como los perfiles profesionales y personales, a partir de los procesos productivos. Dispone la cantidad y calidad de los recursos materiales y tecnológicos. Constituye la ubicación del negocio y su distribución. Organiza la modalidad de adquisición de los recursos materiales y tecnológicos. Contrata la externalización de procesos, fases, actividades y servicios. Constituye la forma jurídica seleccionada para el negocio. Planifica el seguimiento de la actividad. Cuantifica los elementos con significación económica identificados en el análisis del entorno y la estrategia de marketing y organizativa. Confecciona el presupuesto de inversiones, valorando los activos fijos. Elabora el presupuesto de operaciones. Elabora el presupuesto financiero, teniendo en cuenta las necesidades de financiación del negocio, las características y condiciones de los recursos propios y ajenos. Revisa la información sobre subvenciones y/o ayudas públicas o privadas. Elabora los estados económico-financieros previsionales, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No planifica la organización de la actividad empresarial, identificando las necesidades, determinando los recursos y estableciendo los mecanismos de control ni confecciona los estados financieros previsionales cuantificando los recursos y costes de la actividad del pequeño negocio o microempresa.</i></p> |

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala C

| | |
|---|--|
| 4 | <p><i>Para gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada y elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados, verifica el análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados de manera programada. Calcula el punto muerto o umbral de rentabilidad. Verifica la rentabilidad de los proyectos de inversión, conforme a criterios de selección de inversiones. Decide las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran. Define la financiación del negocio, asignando las cantidades a cada tipo de financiación. Programa las auditorías internas y externas. Configura el plan de negocio, a partir de los elementos analizados y planificados. Dispone la red de relaciones con terceros. Planifica las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma</i></p> |

| | |
|---|--|
| | <p><i>programada y elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados, verifica el análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados de manera programada. Calcula el punto muerto o umbral de rentabilidad. Verifica la rentabilidad de los proyectos de inversión, conforme a criterios de selección de inversiones. Decide las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran. Define la financiación del negocio, asignando las cantidades a cada tipo de financiación. Programa las auditorías internas y externas. Configura el plan de negocio, a partir de los elementos analizados y planificados. Dispone la red de relaciones con terceros. Planifica las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para gestionar la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada y elaborar el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados, verifica el análisis de los documentos económico-financieros previsionales y reales elaborados de manera programada. Calcula el punto muerto o umbral de rentabilidad. Verifica la rentabilidad de los proyectos de inversión, conforme a criterios de selección de inversiones. Decide las medidas de ajuste del plan económico-financiero y de los presupuestos que lo configuran. Define la financiación del negocio, asignando las cantidades a cada tipo de financiación. Programa las auditorías internas y externas. Configura el plan de negocio, a partir de los elementos analizados y planificados. Dispone la red de relaciones con terceros. Planifica las acciones de presentación, difusión y comunicación del plan de negocio a terceros, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No gestiona la evaluación de la viabilidad económica y financiera de la actividad de forma programada ni elabora el plan de negocio documentado integrando los elementos analizados y planificados.</i></p> |

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

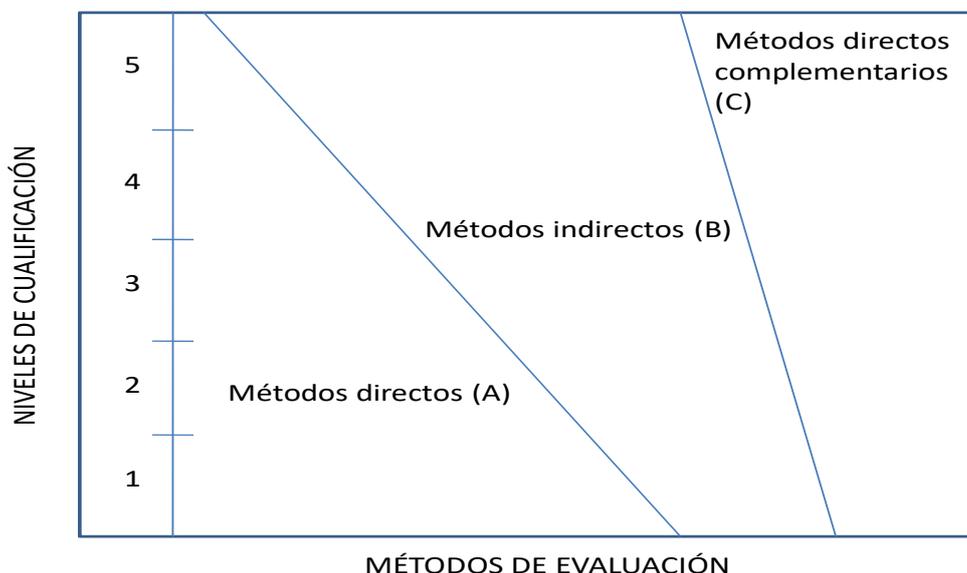
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DEL ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación del estándar de competencias profesionales, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
- Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)



Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación del ECP. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de integración cultural, entre otras. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación formal y no tenga experiencia en el proceso de Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente el ECP, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en los elementos de la competencia considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.



- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Este Estándar de Competencias Profesionales es de nivel "X" y sus competencias conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.



Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.