



GUÍA DE EVIDENCIAS DEL ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES

“ECP1790_3: Comercializar productos y servicios 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 ECP1790_3: Comercializar productos y servicios 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 comercializar productos y servicios 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. Organizar las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio, para organizar los recursos existentes.

- 1.1 Los objetivos de ventas se planifican, definiendo plazos y cantidades, en función de la estrategia de “marketing”, la previsión y evolución de ventas, información comercial de ejercicios anteriores, información de negocios similares y las expectativas y circunstancias del mercado.
- 1.2 Los datos de mayoristas y minoristas distribuidores de productos y/o servicios se obtienen, recurriendo a fuentes de información (contactos directos, ferias, censos, webs, entre otros) y registrándolos en aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
- 1.3 La estrategia de posicionamiento (“Marketing” de buscadores (SEM), Optimización de motores de búsqueda (SEO), entre otros) se define, promocionando las características y ventajas de los productos y/o servicios a través de “webs” y aplicaciones, recabando así datos de la clientela.
- 1.4 La cartera de clientes se gestiona, actualizando los datos, manejando aplicaciones de gestión de relaciones con clientes (CRM: “Customer Relationship Management”).
- 1.5 Las visitas a la clientela, en línea o presenciales, se programan, manejando aplicaciones de agenda y calendario, en función del número de clientes, localización y presupuesto, organizando a los comerciales, distribuidores u otros colaboradores.
- 1.6 El argumentario de ventas de los productos y/o servicios se elabora, en función de sus características, ventajas, usos, entre otras, documentándolo y detallando las especificaciones de acuerdo con la tipología de clientela, situaciones y canales de venta.

2. Gestionar la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa, manejando técnicas de “marketing” con el fin de promover e incrementar las ventas y fidelizar a la clientela.

- 2.1 Las acciones de promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio se ejecutan, a partir de la estrategia de “marketing”, teniendo en cuenta las posibilidades de las tecnologías de información, el público objetivo al que se dirigen, medios de comunicación, impacto y eficacia, así como los usos en el sector.
- 2.2 Los soportes sencillos de promoción y difusión (folletos publicitarios, carteles, páginas “Webs”, “banners”, redes sociales, entre otros) se elaboran, considerando los objetivos, identidad e imagen corporativa, información del producto y negocio, utilizando aplicaciones ofimáticas de edición digital.
- 2.3 El contacto y relaciones con la clientela, real y potencial se establece, manteniendo la comunicación con ésta, aplicando técnicas de marketing directo convencionales (visitas personales, buzoneo, entre

otros) o telemáticas (formularios en línea, mensajería instantánea, correo electrónico (“mailing”), entre otros), teniendo en cuenta la imagen, estrategia comercial de fidelización y presupuesto.

- 2.4 Las relaciones con el canal de comercialización se gestionan, contactando de forma personal y directa (convencional o telemática) e informando de las características de los productos y/o servicios, así como de novedades y promociones, “merchandising” en el punto de venta, de forma que se mantenga una relación fluida y beneficiosa para ambos.

3. Ejecutar la venta y postventa de productos y/o servicios, atendiendo y negociando con la clientela (personal o telemáticamente), para la consecución de los objetivos de venta, satisfacción y fidelización.

- 3.1 La atención a la clientela se presta, aplicando fórmulas de tratamiento específicas en función del canal de comunicación.
- 3.2 Las necesidades de la clientela se identifican, en función de su perfil, aplicando técnicas de escucha activa, mediante entrevistas, o a través de medios telemáticos (correo electrónico, páginas “Web”, encuestas de satisfacción, formularios, entre otras), introduciendo la información resultante en aplicaciones de gestión de relación con clientes.
- 3.3 La oferta de los productos y servicios comercializados por el pequeño negocio se adaptan al cliente, por medios convencionales o telemáticos, a partir del argumentario de venta y/o demostraciones del producto o servicio.
- 3.4 Las condiciones de venta (presupuesto, plazos de entrega, forma de pago, entre otros) se acuerdan con la clientela, teniendo en cuenta sus características particulares, la capacidad para atender el pedido, conforme a las exigencias de la misma y características del pequeño negocio.
- 3.5 Los productos y/o servicios se comercializan, aplicando las técnicas de venta y refutación de objeciones adaptados al perfil de la clientela, ofreciendo un canal de ayuda para las consultas de la clientela e informando de los canales de relación con la clientela en línea (“chats”, aplicaciones, mensajería instantánea, foros, entre otras).
- 3.6 El asesoramiento durante la realización de un pedido a distancia (en venta por catálogo, tienda virtual, “Internet”, móvil, televisión interactiva, entre otros) se presta a la clientela, asistiéndole durante la fase de cumplimentación del formulario del pedido.
- 3.7 El servicio postventa (garantía, reparaciones, repuestos, resolución de reclamaciones, y sugerencias, entre otros) se ejecuta, atendiendo las incidencias o necesidades de la clientela con diligencia, actuando las gestiones para su resolución, revisando los comentarios de “webs” y redes sociales, para que la experiencia de la clientela sea positiva y fortalezca la marca.

4. Gestionar la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa, manejando aplicaciones

ofimáticas específicas para asegurar la eficiencia y concordancia de datos, forma y plazos.

- 4.1 Los documentos relativos a la venta (contrato de venta de productos o servicios, pedido, factura, albarán, tickets, recibos, entre otros) se elaboran, conforme a las condiciones de venta acordadas (precios, descuentos, Impuesto Valor Añadido (IVA), formas de pago, condiciones de entrega, plazos, entre otros).
- 4.2 La documentación del proceso comercial (albaranes, facturas emitidas, entre otras) se comprueba, verificando su exactitud, integridad y adecuación a los acuerdos alcanzados con la clientela en los contratos de venta u órdenes de pedido.
- 4.3 Las incidencias detectadas en el proceso comercial (errores en cantidades, precios, entre otras) se comunican, seleccionado el remitente (clientela, distribuidores, comerciales, entre otros) de forma clara, concisa y diligente, seleccionando el medio adaptado a su perfil (presencialmente, oralmente, mensajería instantánea, e-mail, entre otros) y manejando un lenguaje conciliador.
- 4.4 Los documentos utilizados se archivan, disponiendo criterios de seguridad y confidencialidad de la información.

5. Revisar las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela para garantizar la calidad del proceso de comercialización.

- 5.1 La atención de las quejas y reclamaciones presentadas por la clientela se tramitan, aplicando técnicas de resolución de conflictos, comunicando y justificando la decisión adoptada.
- 5.2 El nivel de satisfacción de la clientela se evalúa, a través de contacto directo, encuestas, formularios y/o cuestionarios, manejando los sistemas de comunicación con la clientela (visitas presenciales, mensajería instantánea, correo electrónico, "Internet", entre otros) e indizando las opiniones en redes sociales, webs, entre otras.
- 5.3 La eficacia de la comercialización y gestión de ventas se evalúa, comparando los objetivos de venta previstos con las ventas efectivas y con figuras de evaluación externa ("Mystery Shopping").
- 5.4 Las medidas de mejora del plan de ventas, de las acciones de promoción y comercialización se definen, a partir del seguimiento de los indicadores de control comerciales y del análisis de las reclamaciones y quejas, ajustando la estrategia de comercialización y "marketing".

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 ECP1790_3: **Comercializar productos y servicios en pequeños negocios o microempresas**. Estos conocimientos se

presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. *Proceso comercial en pequeños negocios o microempresas*

- Estructura del proceso comercial en pequeños negocios o microempresas. Organización de la venta. Fases del proceso de venta. Necesidades y móviles de compra. Técnicas de venta presenciales clásicas. Técnicas de venta a través de diferentes canales telemáticos. Venta telefónica. Modelos de comercio a través de "Internet": tienda virtual, comercio electrónico. Venta a través de televisión interactiva. Técnicas para elaboración del argumentario técnico en ventas y de tratamiento de objeciones en la venta. Técnicas de negociación con la clientela: tipología y características. Habilidades de los negociadores. Estrategias de negociación en ventas. Técnicas de cierre en la venta. Elaboración y gestión de documentación comercial en el proceso de venta y postventa. Utilidades y prestaciones de aplicaciones ofimáticas generales de bases de datos. Utilidades y prestaciones de aplicaciones ofimáticas de gestión comercial. Gestión de las relaciones con la clientela: herramientas de gestión de relación con clientes (CRM).

2. *Atención personalizada, asesoramiento y fidelización de la clientela en pequeños negocios o microempresas*

- Técnicas de atención y actuación a la clientela en pequeños negocios o microempresas. Protocolos, códigos de buenas prácticas y códigos deontológicos. Personalización de la atención y asesoramiento a la clientela en pequeños negocios o microempresas: Aplicación del proceso de comunicación en la atención presencial, telefónica y electrónica en general. El asesoramiento personalizado a la clientela: Pautas y criterios para comunicación empática y efectiva con la clientela. Técnicas de expresión verbal, comunicación no verbal, expresión escrita aplicadas a la atención y asesoramiento personalizado de la clientela en ventas de productos o servicios. Aplicación de técnicas de gestión del tratamiento de quejas y reclamaciones de la clientela; derechos y responsabilidades de las partes. Servicio de asistencia postventa. Técnicas de fidelización de la clientela en función de distintos canales. Procesos de seguimiento del grado de satisfacción de la clientela. Criterios para la medición de la satisfacción en función de distintos tipos de clientes y canales.

3. *Promoción y publicidad en pequeños negocios o microempresas*

- Procesos de creación de publicidad y promoción en pequeños negocios o microempresas. Acciones promocionales: tipos y características. La publicidad: modalidades; el mensaje y los medios publicitarios. Las relaciones públicas. Determinación de costes promocionales. Acciones promocionales en línea: "Internet" como canal de información y comunicación en pequeños negocios o microempresas; herramientas de promoción en línea, sitios y estilos "web" para la promoción de espacios virtuales. Efectos de la publicidad sobre el consumidor. Técnicas de asociación de la identidad corporativa del pequeño negocio o microempresa con las acciones promocionales. Canales de comercialización en pequeños negocios o microempresas.

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 “ECP1790_3: Comercializar productos y servicios 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 comercializar productos y servicios 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. Organizar las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio y gestionar la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa.
2. Ejecutar la venta y postventa de productos y/o servicios y gestionar la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa.
3. Revisar las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela.

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>Eficacia en la organización de las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia</i> | <ul style="list-style-type: none">- Planificación de los objetivos de ventas, definiendo plazos y cantidades.- Obtención de los datos de mayoristas y minoristas |

| | |
|---|---|
| <p><i>comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio y en la gestión de la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa.</i></p> | <p>distribuidores de productos y/o servicios y registrándolos en aplicaciones ofimáticas de bases de datos.</p> <ul style="list-style-type: none">- Definición de la estrategia de posicionamiento.- Gestión de la cartera de clientes.- Programación de las visitas a la clientela, en línea o presenciales.- Elaboración del argumentario de ventas de los productos y/o servicios.- Ejecución de las acciones de promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio.- Elaboración de los soportes sencillos de promoción y difusión.- Implantación del contacto y relaciones con la clientela, real y potencial.- Gestión de las relaciones con el canal de comercialización. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A</i></p> |
| <p><i>Destreza en la ejecución de la venta y postventa de productos y/o servicios y en la gestión de la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa.</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Prestación de la atención a la clientela, aplicando fórmulas de tratamiento específicas.- Identificación de las necesidades de la clientela, en función de su perfil.- Adaptación de la oferta de los productos y servicios comercializados por el pequeño negocio al cliente.- Acuerdo de las condiciones de venta con la clientela.- Comercialización de los productos y/o servicios.- Prestación del asesoramiento durante la realización de un pedido a distancia a la clientela.- Ejecución del servicio postventa.- Elaboración de los documentos relativos a la venta.- Comprobación de la documentación del proceso comercial.- Comunicación de las incidencias detectadas en el proceso comercial.- Archivo de los documentos utilizados, disponiendo criterios de seguridad y confidencialidad de la información. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B</i></p> |
| <p><i>Rigor en la revisión de las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones</i></p> | <ul style="list-style-type: none">- Tramitación de la atención de las quejas y reclamaciones presentadas por la clientela.- Evaluación del nivel de satisfacción de la clientela. |

| | |
|---|--|
| <i>de la clientela.</i> | <ul style="list-style-type: none">- Evaluación de la eficacia de la comercialización y gestión de ventas.- Definición de las medidas de mejora del plan de ventas, de las acciones de promoción y comercialización. <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 organizar las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio y gestionar la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa, planifica los objetivos de ventas, definiendo plazos y cantidades. Obtiene los datos de mayoristas y minoristas distribuidores de productos y/o servicios y registrándolos en aplicaciones ofimáticas de bases de datos. Define la estrategia de posicionamiento. Gestiona la cartera de clientes. Programa las visitas a la clientela, en línea o presenciales. Elabora el argumentario de ventas de los productos y/o servicios. Ejecuta las acciones de promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio. Elabora los soportes sencillos de promoción y difusión. Implanta el contacto y relaciones con la clientela, real y potencial. Gestiona las relaciones con el canal de comercialización.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para organizar las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio y gestionar la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa, planifica los objetivos de ventas, definiendo plazos y cantidades. Obtiene los datos de mayoristas y minoristas distribuidores de productos y/o servicios y registrándolos en aplicaciones ofimáticas de bases de datos. Define la estrategia de posicionamiento. Gestiona la cartera de clientes. Programa las visitas a la clientela, en línea o presenciales. Elabora el argumentario de ventas de los productos y/o servicios. Ejecuta las acciones de promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio. Elabora los soportes sencillos de promoción y difusión. Implanta el contacto y relaciones con la clientela, real y potencial. Gestiona las relaciones con el canal de comercialización, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para organizar las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio y gestionar la difusión y promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio o microempresa, planifica los objetivos de ventas, definiendo plazos y cantidades. Obtiene los datos de mayoristas y minoristas distribuidores de productos y/o servicios y registrándolos en aplicaciones ofimáticas de bases de datos. Define la estrategia de posicionamiento. Gestiona la cartera de clientes. Programa las visitas</i></p> |

| | |
|---|--|
| | <p><i>a la clientela, en línea o presenciales. Elabora el argumentario de ventas de los productos y/o servicios. Ejecuta las acciones de promoción de los productos y/o servicios del pequeño negocio. Elabora los soportes sencillos de promoción y difusión. Implanta el contacto y relaciones con la clientela, real y potencial. Gestiona las relaciones con el canal de comercialización, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i></p> |
| 1 | <p><i>No organiza las acciones para la venta de productos y servicios en función de la estrategia comercial y de marketing definidas en la planificación del negocio ni gestiona la difusión y promoción de los productos y/o servicios 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 ejecutar la venta y postventa de productos y/o servicios y gestionar la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa, presta la atención a la clientela, aplicando fórmulas de tratamiento específicas. Identifica las necesidades de la clientela, en función de su perfil. Adapta la oferta de los productos y servicios comercializados por el pequeño negocio al cliente. Acuerda las condiciones de venta con la clientela. Comercializa los productos y/o servicios. Presta el asesoramiento durante la realización de un pedido a distancia a la clientela. Ejecuta el servicio postventa. Elabora los documentos relativos a la venta. Comprueba la documentación del proceso comercial. Comunica las incidencias detectadas en el proceso comercial. Archiva los documentos utilizados, disponiendo criterios de seguridad y confidencialidad de la información.</i></p> |
| 3 | <p><i>Para ejecutar la venta y postventa de productos y/o servicios y gestionar la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa, presta la atención a la clientela, aplicando fórmulas de tratamiento específicas. Identifica las necesidades de la clientela, en función de su perfil. Adapta la oferta de los productos y servicios comercializados por el pequeño negocio al cliente. Acuerda las condiciones de venta con la clientela. Comercializa los productos y/o servicios. Presta el asesoramiento durante la realización de un pedido a distancia a la clientela. Ejecuta el servicio postventa. Elabora los documentos relativos a la venta. Comprueba la documentación del proceso comercial. Comunica las incidencias detectadas en el proceso comercial. Archiva los documentos utilizados, disponiendo criterios de seguridad y confidencialidad de la información, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p> |
| 2 | <p><i>Para ejecutar la venta y postventa de productos y/o servicios y gestionar la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa, presta la atención a la clientela, aplicando fórmulas de tratamiento específicas. Identifica las necesidades de la clientela, en función de su perfil. Adapta la oferta de los productos y servicios comercializados por el pequeño negocio al cliente. Acuerda las condiciones de venta con la clientela. Comercializa los productos y/o servicios. Presta el asesoramiento durante la realización de un pedido a distancia a la clientela. Ejecuta el servicio postventa. Elabora los documentos relativos a la venta. Comprueba la documentación del proceso comercial. Comunica las incidencias detectadas en el proceso comercial. Archiva los documentos utilizados, disponiendo criterios de seguridad y confidencialidad de la información, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i></p> |

| | | |
|---|--|--|
| 1 | | <i>No ejecuta la venta y postventa de productos y/o servicios ni gestiona la documentación asociada al proceso comercial del pequeño negocio o microempresa.</i> |
|---|--|--|

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

Escala C

| | | |
|---|--|---|
| 4 | | <i>Para revisar las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela, tramita la atención de las quejas y reclamaciones presentadas por la clientela. Evalúa el nivel de satisfacción de la clientela. Evalúa la eficacia de la comercialización y gestión de ventas. Define las medidas de mejora del plan de ventas, de las acciones de promoción y comercialización.</i> |
| 3 | | <i>Para revisar las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela, tramita la atención de las quejas y reclamaciones presentadas por la clientela. Evalúa el nivel de satisfacción de la clientela. Evalúa la eficacia de la comercialización y gestión de ventas. Define las medidas de mejora del plan de ventas, de las acciones de promoción y comercialización, pero comete ciertas irregularidades que no alteran el resultado final.</i> |
| 2 | | <i>Para revisar las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela, tramita la atención de las quejas y reclamaciones presentadas por la clientela. Evalúa el nivel de satisfacción de la clientela. Evalúa la eficacia de la comercialización y gestión de ventas. Define las medidas de mejora del plan de ventas, de las acciones de promoción y comercialización, pero comete ciertas irregularidades que alteran el resultado final.</i> |
| 1 | | <i>No revisa las operaciones de venta, resolviendo los imprevistos, quejas y reclamaciones de la clientela.</i> |

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.

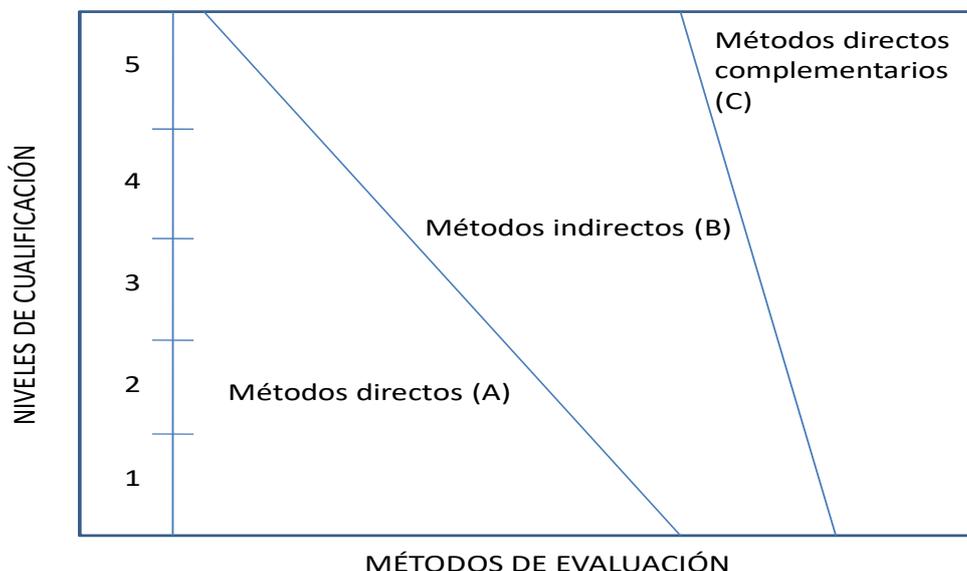
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación del estándar de competencias profesionales, características personales de la persona candidata y evidencias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