GUÍA DE EVIDENCIAS DEL ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES

"ECP2188_3: Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación"

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 las realizaciones profesionales y criterios de realización del ECP2188_3: Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación.

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 Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación, 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 dos dígitos las reflejadas en los indicadores de calidad.

1. ***Obtener información y datos para la organización del plan de medios de comunicación, buscando en fuentes tradicionales y digitales.***

   1.1 Las fuentes de información de medios fiables y/u oficiales se identifican, utilizando técnicas de búsqueda online y offline.
   1.2 Las variables y datos de la campaña de comunicación de medios, mensaje, presupuesto disponible, público objetivo, entre otros, se identifican, analizando el briefing de medios del producto/servicios o campaña de comunicación del cliente/anunciante, entre otros.
   1.3 Los medios publicitarios disponibles, convencionales y no convencionales, se valoran, según el carácter de la campaña, teniendo en cuenta las innovaciones para la difusión online y offline, así como la elección de estrategias y canales online más adecuadas para su ejecución.
   1.4 Los datos relevantes para el plan de medios, tales como -audiencia, perfil de audiencia, GPR, entre otros-, se obtienen, haciendo uso de las fuentes de información de medios fiables, tales como: Infoadex (estudio de inversión publicitaria), EGM (Estudio General de Medios), OJD (Oficina de Justificación de la Difusión para prensa escrita), estudios específicos de televisión, encuestas de medios y herramientas online, entre otros.
   1.5 Las ofertas de espacios publicitarios y condiciones de aparición se obtienen de las agencias de compras de medios, consultando, en caso necesario, algunas de las condiciones o sus variaciones.
   1.6 Las posibilidades publicitarias digitales de plataformas relacionadas con buscadores online y/o redes sociales (tales como Google Adwords, Bing Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, entre otras) que se ofrecen en modo de autoservicio, se obtienen directamente de estas, consultando las opciones de segmentación del público, la tipología de campañas, los formatos de anuncios y las formas de pago disponibles: CPC (costo por clic) , CPM (costo por millar o mil impresiones), CPA/CPL (Costo por acción y costo por lead), CPV (costo por visualización), ROI (tasa de retorno de la inversión), tasa de conversión entre otros.
   1.7 Los datos e información de medios obtenida se presentan de forma ordenada y estructurada utilizando, en caso necesario, una hoja de cálculo o tabla que permita la comparación y el análisis de la información.

2. ***Elaborar actividades del plan de medios y evaluación de las mismas, colaborando con el equipo responsable del mismo, para la toma de decisiones y la combinación de los mismos, de acuerdo a los objetivos de la campaña de comunicación.***

   2.1 La normativa aplicable, relativa a la publicidad del sector y protección de los derechos del consumidor en materia publicitaria, se interpreta, detectando las disposiciones y limitaciones publicitarias de los medios y formas publicitarias de cada producto o servicio.

2.2 Los datos e información obtenida de la investigación de medios se introduce, de forma ordenada y estructurada, en el cuadro de mando y/o gestión de la campaña de medios, escogiendo los indicadores de rendimiento y métricas secundarias en base a objetivos de campaña.
2.3 Los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios se actualizan periódicamente, buscando la optimización del plan de medios.
2.4 El coste de las opciones de las combinaciones de comunicación, se calcula a partir del análisis de las tarifas y condiciones de los medios, valorando su actualización en el caso de modificaciones y variaciones en los mismos.
2.5 El impacto de las distintas combinaciones se calcula, utilizando ratios de impacto GRP (gross rating points), CPM (Coste por mil o impacto útil), datos de rentabilidad (ROI), entre otros datos objetivos.
2.6 Las posibles combinaciones de medios se contrastan, con las necesidades y presupuesto disponible, considerando las posibilidades que permitan rentabilizar los recursos y el impacto requerido.
2.7 La propuesta de combinación de medios se realiza, valorando el cuadro comparativo de la campaña en medios, justificando la opción más apropiada para la clientela o la organización en base a sus objetivos de negocio.
2.8 Las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medios se transmiten, mediante un informe, al responsable de la campaña para la toma de decisiones respecto a la combinación optimizada del plan de medios.

3. Realizar el seguimiento y control del cursaje de emisión para la ejecución del plan de medios de comunicación, respetando los plazos y formatos establecidos en el mismo.

3.1 Las órdenes relativas a la emisión del plan de medios se cursan a cada soporte/medio de acuerdo a los criterios establecidos por cada uno de ellos negociando, en su nivel de responsabilidad, las condiciones que permitan su ejecución en tiempo y forma.
3.2 La emisión del plan de medios se monitoriza de acuerdo a las condiciones acordadas, a través de herramientas de análisis y seguimiento de datos y por todo tipo de instrumentos sensibles: de lectura, audición, visualización, entre otros.
3.3 La aparición de los elementos/formatos publicitarios se comprueba, garantizando que se corresponden con los medios y soportes previstos, de acuerdo a la frecuencia, tiempo y condiciones contratados, mediante el análisis de datos reflejados en los mismos.
3.4 Los errores, desviaciones u omisiones sobre el plan de medios de comunicación se transmiten a los responsables de acuerdo al protocolo de actuación para el caso de imprevistos establecido para su resolución.
3.5 Los datos de seguimiento y control del plan de medios se registran en una herramienta online, aplicación o documento/informe destinado a

medir la eficacia, rentabilidad y posibilidades de mejora del plan de medios ejecutado.

3.6 El informe de control de emisión o cursaje se elabora, utilizando la información recabada por las herramientas de control, conforme a las especificaciones recibidas por las personas responsables del informe.

4. Controlar la emisión de contenidos no pagados, aparecidos en medios, siguiendo criterios establecidos por la marca, para el seguimiento de la cobertura informativa.

4.1 Los medios y soportes objeto de cobertura informativa se recopilan, seleccionando aquellos de control de acuerdo a los criterios establecidos por la entidad interesada (marca, agencia, entre otros).

4.2 Los contenidos relacionados con las palabras-clave (key words), objeto del seguimiento y cobertura informativa, se localizan, rastreando los medios y soportes objeto de cobertura informativa, utilizando todo tipo de instrumentos sensibles (lectura, audición, visualización, entre otros), de acuerdo a los criterios pactados.

4.3 Los contenidos localizados se digitalizan de acuerdo a los criterios establecidos por la entidad responsable del plan de medios, lugar y espacio dedicado, entre otros, archivándolos en un registro, convencional e informático, utilizando aplicaciones de almacenamiento seguro de datos.

4.4 Los contenidos en medios no escritos y cobertura informativa realizada, se localizan, visionando las imágenes, minutándolas y tomando los datos de tiempo, entre otros procedimientos.

4.5 El informe de cobertura informativa/mediática y "press-clipping" se redacta, incluyendo los contenidos y noticias localizadas, fecha y lugar de publicación, conforme al estilo, edición y criterios de maquetación.

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 (EC) e indicadores de calidad (IC) del ECP**2188_3: Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Planificación de medios y soportes de comunicación

- Planificación de medios. Fuentes de información e investigación de medios.
- Medios, soportes y formas publicitarias: características y diferencias.
- Internet como medio publicitario.
- Ventajas e inconvenientes de los distintos soportes y formas publicitarias.
- Criterios de elección de medios y soportes.
- Tarifas y otros criterios de selección de medios.

- Métodos de medición de audiencias e impacto: audiencia, CPM, cobertura, frecuencia, otros.
- Normativa aplicable en materia de publicidad, derechos de imagen, riesgos laborales, comercio electrónico y código de deontológico de la publicidad.

2. Gestión del plan de medios de comunicación

- El proceso ejecución del plan de medios.
- Relaciones entre agencias y anunciantes.
- Relaciones entre agencias y medios.
- Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
- Gestión del cursaje de emisión. Elaboración de órdenes de cursaje.

3. Control de emisión del plan de medios

- Control de contenidos pagados y no pagados.
- Diferencias y similitudes del proceso de control.
- Técnicas y herramientas de control de emisión.
- Simulación de procesos de control de emisión.
- Elaboración del "press clipping" e informes de cobertura informativa.

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:

- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo a realizar.
- Demostrar capacidad analítica y estratégica.
- Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.
- Demostrar interés por el conocimiento de la organización y sus procesos.
- Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.
- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del 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 "ECP2188_3: Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación", 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 intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación, 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 el plan de medios de comunicación.

2. Realizar actividades del plan de medios y evaluaciones de las mismas.

3. Controlar el cursaje de emisión del plan de medios y la emisión de contenidos no pagados.

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:

Criterios de mérito	*Indicadores de desempeño competente*
Eficiencia para organizar el plan de medios de comunicación.	- Identificación de las fuentes de información de medios fiables y/u oficiales. - Identificación de las variables y datos de la campaña de comunicaciones. - Valoración de los medios publicitarios disponibles, convencionales y no convencionales. - Obtención de los datos relevantes para el plan de medios. - Obtención de las ofertas de espacios publicitarios y condiciones de aparición. - Ofrecimiento de las posibilidades publicitarias digitales de plataformas relacionadas con buscadores online y/o redes sociales. - Presentación de los datos e información de medios obtenida. *El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.*
Precisión para realizar actividades del plan de medios y evaluaciones de las mismas.	- Interpretación de la normativa aplicable. - Introducción de los datos e información obtenida de la investigación de medios. - Actualización de los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. - Cálculo del coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. - Cálculo del impacto de las distintas combinaciones. - Contraste y realización de las posibles combinaciones. - Transmisión de las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio. *El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.*
Exactitud para controlar el cursaje de emisión del plan de medios y la emisión de contenidos no pagados.	- Curso de las órdenes relativas a la emisión del plan de medios. - Monitorización de la emisión del plan de medios. - Comprobación de la aparición de los elementos/formatos publicitarios.

	- Transmisión de los errores, desviaciones u omisiones sobre el plan de medios de comunicación. - Registro de los datos de seguimiento y control del plan de medios. - Elaboración del el informe de control de emisión o cursaje. - Recopilación de los medios y soportes objeto de cobertura informativa. - Localización de los contenidos relacionados con las palabras-clave. - Digitalización de los contenidos localizados. - Localización de los contenidos en medios no escritos y cobertura informativa realizada. - Redacción de el informe de cobertura informativa/mediática y "press-clipping". *El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.*
Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.	
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	

Escala A

4	*Para organizar el plan de medios de comunicación, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio.*
3	*Para organizar el plan de medios de comunicación, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.*
2	*Para organizar el plan de medios de comunicación, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles*

	combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio. La persona candidata comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.
1	*No organiza el plan de medios de comunicación.*

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

Escala B

4	*Para realizar actividades del plan de medios y evaluaciones de las mismas, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio.*
3	*Para realizar actividades del plan de medios y evaluaciones de las mismas, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.*
2	*Para realizar actividades del plan de medios y evaluaciones de las mismas, interpreta la normativa aplicable. Introduce los datos e información obtenida de la investigación de medios. Actualiza los parámetros y tarifas que condicionan la combinación de medios. Calcula el coste de las opciones de las combinaciones de comunicación. Calcula el impacto de las distintas combinaciones. Contrasta y realiza las posibles combinaciones. Transmite las posibilidades de combinación que resultan del cuadro de mandos/gestión de la campaña en medio. La persona candidata comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.*
1	*No realiza actividades del plan de medios ni evaluaciones de las mismas.*

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

Escala C

4	*Para controlar el cursaje de emisión del plan de medios y la emisión de contenidos no pagados, cursa las órdenes relativas a la emisión del plan de medios. Monitoriza de la emisión del plan de medios. Comprueba la aparición de los elementos/formatos publicitarios. Transmite los errores, desviaciones*

	u omisiones sobre el plan de medios de comunicación. Registra los datos de seguimiento y control del plan de medios. Elabora el informe de control de emisión o cursaje. Recopila los medios y soportes objeto de cobertura informativa. Localiza los contenidos relacionados con las palabras-clave. Digitaliza de los contenidos localizados. Localiza los contenidos en medios no escritos y cobertura informativa realizada. Redacta el informe de cobertura informativa/mediática y "press-clipping".
3	*Para controlar el cursaje de emisión del plan de medios y la emisión de contenidos no pagados, cursa las órdenes relativas a la emisión del plan de medios. Monitoriza de la emisión del plan de medios. Comprueba la aparición de los elementos/formatos publicitarios. Transmite los errores, desviaciones u omisiones sobre el plan de medios de comunicación. Registra los datos de seguimiento y control del plan de medios. Elabora el informe de control de emisión o cursaje. Recopila los medios y soportes objeto de cobertura informativa. Localiza los contenidos relacionados con las palabras-clave. Digitaliza de los contenidos localizados. Localiza los contenidos en medios no escritos y cobertura informativa realizada. Redacta el informe de cobertura informativa/mediática y "press-clipping". La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.*
2	*Para controlar el cursaje de emisión del plan de medios y la emisión de contenidos no pagados, cursa las órdenes relativas a la emisión del plan de medios. Monitoriza de la emisión del plan de medios. Comprueba la aparición de los elementos/formatos publicitarios. Transmite los errores, desviaciones u omisiones sobre el plan de medios de comunicación. Registra los datos de seguimiento y control del plan de medios. Elabora el informe de control de emisión o cursaje. Recopila los medios y soportes objeto de cobertura informativa. Localiza los contenidos relacionados con las palabras-clave. Digitaliza de los contenidos localizados. Localiza los contenidos en medios no escritos y cobertura informativa realizada. Redacta el informe de cobertura informativa/mediática y "press-clipping". La persona candidata comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.*
1	*No controla el cursaje de emisión del plan de medios ni la emisión de contenidos no pagados.*

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

2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA 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.

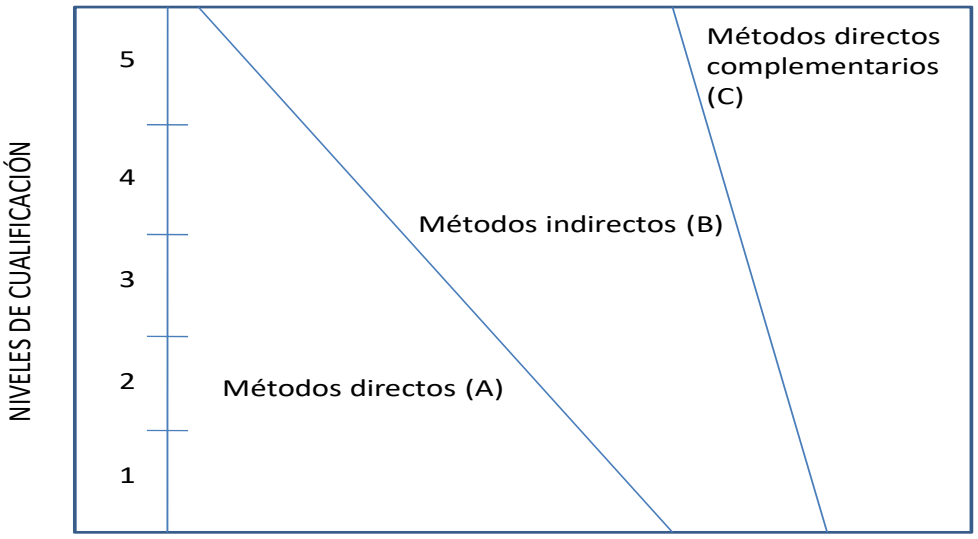
Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la

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 Intervenir en la organización y seguimiento del plan de medios de comunicación, 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 "3" 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.