



## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

### CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

**ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES  
“ECP0556\_3: Gestionar los aprovisionamientos, el almacén y  
las expediciones en la industria alimentaria y realizar  
actividades de apoyo a la comercialización”**

#### LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP0556\_3: Gestionar los aprovisionamientos, el almacén y las expediciones en la industria alimentaria y realizar actividades de apoyo a la comercialización."

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:



### INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.... en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

<i>1: Programar el aprovisionamiento de materias primas, auxiliares y materiales en la industria alimentaria, obteniendo información de los departamentos correspondientes, para asegurar la producción, de acuerdo con el plan productivo de la empresa.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Determinar el aprovisionamiento de materias primas y auxiliares, en función de las necesidades, utilizando la información de los departamentos de producción sobre: existencias, proveedores, costes y otras necesidades, según política de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Seleccionar las ofertas de los proveedores, en función de la calidad, precio, garantía, plazo de entrega de los productos y procedimiento de homologación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Tramitar las órdenes de pedido externo, siguiendo los plazos de entrega y el calendario de aprovisionamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>2: Gestionar la recepción en el almacén de los suministros externos y de los productos terminados, en la industria alimentaria, verificando los controles de entrada de cada mercancía según el plan de producción de la empresa para asegurar la distribución de los mismos.</b>	<b>INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN</b>			
	1	2	3	4
2.1: Transmitir la información sobre los suministros y productos terminados a recibir en cada jornada o período, al personal de recepción del almacén, entregando la documentación correspondiente, de acuerdo con las instrucciones de trabajo, los controles y registros a efectuar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Elaborar los controles establecidos en la recepción de suministros, comprobando su ejecución y el cumplimiento de las instrucciones del plan de producción de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Determinar los datos respecto a: cantidades, características, fechas, proveedor y transportista, por medio de los registros de entrada de cada mercancía, siendo requeridos por el sistema de control del almacén.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Elaborar la documentación de cada lote de productos terminados, de forma que sus características se correspondan con los resultados de los controles efectuados en el almacén, cumpliendo con el plan de calidad previsto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Controlar los suministros antes de la recepción en el almacén, valorando los resultados de los controles: cantidades, fechas, proveedor, características, entre otros y del procedimiento de homologación, en función del plan de calidad de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Supervisar los suministros externos, controlando el grado de cumplimiento de los proveedores en la entrega de suministros, comparando las condiciones y plazos de entrega acordados con el plan de calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>3: Gestionar el almacenamiento y la conservación de productos terminados, materias primas y auxiliares, así como el suministro de productos para garantizar el funcionamiento de la planta de producción en la industria alimentaria, de acuerdo con el plan productivo de la empresa.</b>	<b>INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN</b>			
	1	2	3	4
3.1: Supervisar las condiciones de limpieza y funcionamiento de los almacenes y equipos, según el plan de limpieza y mantenimiento y en caso de desviaciones observadas, restituyendo la anomalía, según directrices marcadas en el plan de producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Determinar los criterios para la ubicación de las mercancías en el almacén, teniendo en cuenta las características de los productos, la identificación y el óptimo aprovechamiento de los recursos, de acuerdo con las instrucciones técnicas de almacenamiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Incorporar las condiciones de conservación de los productos perecederos y el sistema de control de caducidades, en las instrucciones de trabajo, para evitar las pérdidas de acuerdo con el plan de calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Establecer las características, respecto a cantidades, así como los flujos, momentos, destinos y almacenes intermedios de los productos a suministrar, según los programas de producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Organizar el transporte en la planta y dentro del almacén, fijando las condiciones, respecto a la circulación de los vehículos, itinerarios, puntos intermedios y finales, respetando las condiciones de seguridad y minimizando los costos, de acuerdo con el procedimiento de tráfico interno de mercancías.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Verificar la cumplimentación del registro de salidas de suministros de producción, según el sistema de salidas determinado en el plan de producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7: Elaborar las instrucciones de los trabajos para la gestión del almacén, considerando necesidades, características del personal y condiciones de trabajo, según el plan de calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.8: Organizar las existencias de materias primas y auxiliares, en relación con los programas de producción y con los de aprovisionamiento, efectuando correcciones cuando se detecten desviaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.9: Establecer la sistemática para verificar inventarios en la gestión del almacén, investigando posibles diferencias en relación con los controles de existencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>4: Gestionar la expedición de los pedidos externos en la industria alimentaria, cumpliendo las especificaciones y demandas recibidas, para asegurar las condiciones de traslado, de acuerdo con el plan productivo de la empresa.</b>	<b>INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN</b>			
	1	2	3	4
4.1: Programar la expedición de los pedidos externos, según características del pedido (existencias en almacén, plazos, distancia, itinerarios, costos), de acuerdo con el documento contractual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Organizar al personal de almacén para coordinar los pedidos requeridos, concretando las instrucciones de trabajo y la documentación correspondiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Disponer el almacenamiento y, en su caso, traslado de productos caducados o rechazados, informando a los departamentos involucrados para decidir sobre su destino de acuerdo con el procedimiento establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Organizar la expedición de los pedidos externos, supervisando los lotes, la protección de los mismos, el registro de salida y la documentación que la acompaña, de acuerdo con los procedimientos operativos de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Organizar el transporte tanto en los aprovisionamientos como en las expediciones, considerando costes y según programas y calendarios establecidos en el plan de producción de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>5: Efectuar compraventas, seleccionando los proveedores/clientes, negociando las condiciones y cerrando las operaciones en la industria alimentaria, según las especificaciones recibidas, para asegurar que los pedidos o compras sean los idóneos, de acuerdo con el plan productivo de la empresa.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Definir los argumentos para la compraventa de productos, utilizando los objetivos y la imagen de la empresa, las características y cualidades de los productos y la situación del mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Seleccionar los nuevos proveedores/clientes, cumpliendo los requisitos de homologación establecidos por la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Establecer el plan de visitas a proveedores y/o clientes, organizando el correspondiente programa de visitas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Llevar a cabo el plan de visitas concertado con proveedores y/o clientes, mediante entrevistas estructuradas, aplicando técnicas de venta, en función de las características del proveedor o cliente, de la demanda y de la oferta, propias de la empresa y de la política de ésta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5: Transmitir el tratamiento y la manipulación de los productos alimentarios que se van a gestionar y las técnicas de 'mercado' que podrían utilizarse, al proveedor/cliente si fuera necesario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6: Negociar las compraventas con flexibilidad, en función de las condiciones establecidas por la empresa y el tipo de cliente/proveedor de que se trate.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7: Efectuar el cierre de las operaciones de compraventa, controlando que las condiciones y características del pedido o compra, (precios, descuentos, transporte, portes, plazos de entrega, forma de pago y otras condiciones), están dentro de los márgenes fijados por la empresa, conforme al cliente/proveedor y claramente especificadas en el contrato firmado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.8: Comunicar las características de las operaciones de compraventa ya cerradas, al departamento correspondiente, según el procedimiento establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.9: Mantener el fichero de proveedores/clientes actualizado periódicamente, evaluando las operaciones ejecutadas, de acuerdo con el plan de producción de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>6: Apoyar las acciones publicitarias y de promoción de los productos a lo largo del canal de distribución, interviniendo en las campañas publicitarias y promocionales de nuevos productos en la industria alimentaria, según la política de la empresa, para asegurar la comercialización, de acuerdo con el plan productivo de la empresa.</b>	<b>INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN</b>			
	1	2	3	4
6.1: Exponer y explicar las campañas publicitarias y promocionales, con todo detalle a los clientes, según el plan de mercado establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Transmitir la información: productores, proveedores y/o clientes, entre otros, sobre las campañas publicitarias y promocionales de la empresa, según el plan de producción y venta establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3: Informar las características y beneficios de los productos, a los clientes actuales y potenciales, de acuerdo con el plan de comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4: Establecer el lanzamiento de nuevos productos, aplicando test y pruebas de mercado, contando con el departamento específico de I+D.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5: Obtener la información de la aplicación de test, de recuerdo y de reconocimiento de muestras, de acuerdo con el Departamento de Marketing, sobre el lanzamiento de nuevos productos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6: Obtener la información de los datos y los resultados de las campañas promocionales, tanto en mercados testigo como en los definitivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<i>7: Colaborar en el control a lo largo de la red de distribución de la empresa, según el documento contractual, para que se cumplan los objetivos de las condiciones contratadas con los distribuidores en relación con las características de las materias primas y auxiliares, cumpliendo con el plan productivo de la empresa.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Actualizar las fichas con las características de las materias primas y auxiliares de cada distribuidor, incorporando los cambios producidos en el procedimiento de homologación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2: Transmitir la información sobre las condiciones de conservación y manipulación de los productos a los distribuidores para evitar deterioros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3: Comprobar el distribuidor relativo a exclusividades, de las materias primas y auxiliares, verificando su cumplimiento en relación con los: precios de venta, realización de campañas promocionales, plazos de entrega y servicios postventa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4: Analizar el canal de distribución que afecta al flujo y rotaciones de productos, roturas de stock y cobertura de distribución, para ver si existen anomalías surgidas o previsibles, proponiendo acciones correctoras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>8: Transmitir la información demandada por la empresa sobre el producto y el mercado en la industria alimentaria, efectuando sondeos de nuevas tendencias, gustos y necesidades a los clientes para establecer su política de marketing.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
8.1: Obtener los gustos y necesidades del mercado de productos alimentarios, sondeando a los clientes sobre posicionamiento de la marca, calidad, envase, precio, según el plan de mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2: Analizar las variaciones en los precios, características o condiciones comerciales de la competencia, de acuerdo con los ratios establecidos, según el procedimiento operativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3: Detectar las nuevas tendencias en los gustos o necesidades del mercado de productos alimentarios, elaborando el informe correspondiente, según el procedimiento establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4: Efectuar la toma de muestras de los productos de la competencia, de acuerdo con el plan de mercado establecido por la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5: Transmitir la información obtenida del sector alimentario, documentada, al departamento de marketing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6: Llevar a cabo la evaluación de los productos de la competencia, analizando las variaciones de precios, características y condiciones comerciales, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7: Analizar las técnicas de 'merchandising' utilizadas en el sector, así como las campañas promocionales o publicitarias de la competencia, teniendo en cuenta las ratios de mercado y el plan de mercado establecido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>