



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP0976_2: Gestionar operaciones administrativas comerciales”

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 “ECP0976_2: GESTIONAR OPERACIONES ADMINISTRATIVAS COMERCIALES”.

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

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

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

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

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

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

1: Recoger los pedidos de productos y/o servicios de los clientes por los canales disponibles en la organización, aplicando los procedimientos y protocolos internos y la normativa aplicable de datos personales e identificando posibles oportunidades de negocio, a fin de satisfacer sus requerimientos y transmitir la información facilitada, manteniendo la confidencialidad y la discreción, bajo los criterios de asertividad, eficacia y amabilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Aplicar los criterios de calidad de servicio en la atención al cliente para la recogida del pedido, de acuerdo con el protocolo establecido en las normas internas, el tipo de cliente y canal utilizado (presencial, online, offline, entre otros).	☐	☐	☐	☐
1.2: Recabar la información necesaria del cliente, incluyendo datos de contacto, para la gestión del pedido solicitado o la canalización de éste al departamento o responsable correspondiente.	☐	☐	☐	☐
1.3: Obtener la información comercial que se ha de facilitar al cliente, recurriendo a las fuentes de información disponibles (programas de gestión de clientes, bases de datos, web, archivos, entre otras), o a las personas designadas dentro de la organización.	☐	☐	☐	☐
1.4: Proporcionar las respuestas y soluciones requeridas, empleando un lenguaje comprensible dentro de su ámbito de responsabilidad, en los plazos establecidos y de acuerdo con la información solicitada y las necesidades del cliente, registrando las peticiones de información y la respuesta ofrecida para resolver posibles reclamaciones.	☐	☐	☐	☐

1: Recoger los pedidos de productos y/o servicios de los clientes por los canales disponibles en la organización, aplicando los procedimientos y protocolos internos y la normativa aplicable de datos personales e identificando posibles oportunidades de negocio, a fin de satisfacer sus requerimientos y transmitir la información facilitada, manteniendo la confidencialidad y la discreción, bajo los criterios de asertividad, eficacia y amabilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.5: Formular las preguntas en la comunicación con el cliente, detectando las muestras de receptividad a las promociones de venta u otras acciones comerciales.	☐	☐	☐	☐
1.6: Transmitir la información comercial y oportunidades de negocio, a las personas de la red de ventas, vía agenda electrónica u otros medios, de manera coordinada, distinguiendo la información comercial interna y externa, aplicando la normativa de la organización sobre la privacidad y confidencialidad de la información comercial interna, asegurando que ésta no salga de la organización.	☐	☐	☐	☐
1.7: Asesorar al cliente la posibilidad de consultar o visitar la página web de la empresa, catálogos, publicaciones generales o específicas del sector, congresos, eventos patrocinados u otros elementos de comunicación institucional, empleando, si procede, las aplicaciones online/offline, informándole sobre aquellas promociones que puedan interesarle y del periodo de vigencia de las mismas.	☐	☐	☐	☐

2: Registrar en el sistema de información comercial, los datos necesarios para la gestión de las operaciones comerciales (compras, ventas, prestaciones de servicios, entre otras), de acuerdo con las instrucciones recibidas, utilizando los criterios internos y los medios informáticos y telemáticos de gestión, aplicando la normativa sobre datos personales y tratamiento de la información.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Actualizar periódicamente las referencias, características técnicas, tarifas u otras especificaciones de los productos y servicios en el archivo documental e informático, a través de las aplicaciones de gestión comercial (CRM, "Customer Relationship Management") disponibles, y de acuerdo con las instrucciones e información recibidas.	☐	☐	☐	☐
2.2: Actualizar los ficheros de los clientes actuales y/o potenciales, introduciendo los datos obtenidos en las acciones comerciales o facilitados por	☐	☐	☐	☐

2: Registrar en el sistema de información comercial, los datos necesarios para la gestión de las operaciones comerciales (compras, ventas, prestaciones de servicios, entre otras), de acuerdo con las instrucciones recibidas, utilizando los criterios internos y los medios informáticos y telemáticos de gestión, aplicando la normativa sobre datos personales y tratamiento de la información.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
los miembros del equipo de ventas, y clasificando dichos datos en función de los segmentos o tipos de clientela de la empresa.				
2.3: Identificar los ficheros e información, en soporte papel o informático, (datos de identificación, operaciones, entre otros), de vendedores, representantes, distribuidores, delegaciones u otros partícipes en el proceso comercial, actualizándose en la forma y periodicidad establecida en los procedimientos internos.	☐	☐	☐	☐
2.4: Registrar la información de la situación del mercado (otras empresas del sector, productos de alta demanda, entre otras) facilitada por el equipo de ventas, u obtenida de los clientes, o por otros medios, siguiendo los procedimientos de la organización sobre tratamiento de la información.	☐	☐	☐	☐
2.5: Registrar la información facilitada por el cliente para la gestión del pedido, anotando o escaneando con exactitud las especificaciones técnicas, precios, descuentos, u otras características de los productos o servicios solicitados.	☐	☐	☐	☐
2.6: Obtener las estadísticas y cuadros periódicos de ventas, empleando las aplicaciones informáticas disponibles, de acuerdo con los formatos y plazos requeridos, atendiendo a los criterios establecidos (productos, áreas geográficas, venta por clientes, entre otros).	☐	☐	☐	☐
2.7: Verificar las copias de seguridad de los archivos informáticos, y los demás elementos informáticos de recepción de pedidos (PDAs, Smartphone, entre otros), en cuanto a su funcionamiento, periodicidad, actualización y ejecución, siguiendo los procedimientos especificados por las aplicaciones instaladas, de acuerdo al nivel estipulado por la organización según la responsabilidad del puesto.	☐	☐	☐	☐

3: Formalizar la documentación correspondiente al pedido solicitado por el cliente, o dirigido al proveedor, empleando las aplicaciones informáticas y verificando su corrección, de acuerdo con el procedimiento interno y la normativa aplicable sobre facturación y sobre datos personales, para la gestión del proceso administrativo de compra, venta y prestación de servicios.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Seleccionar el proveedor al que realizar el pedido, según las órdenes recibidas y los parámetros establecidos de eficiencia u otros (precio, gastos de envío, tiempo de entrega, entre otros).	☐	☐	☐	☐
3.2: Seleccionar los datos necesarios para la formalización de los documentos de compra, venta o prestación de servicios (presupuestos, propuestas de pedido, albaranes, facturas, cartas de porte, entre otros), consultando el archivo manual o informático, en función del tipo de documento a formalizar.	☐	☐	☐	☐
3.3: Cumplimentar las especificaciones del pedido (tipo y número de productos o servicios solicitados, cantidades, plazos de entrega, condiciones particulares, forma de pago, entre otros), siguiendo las pautas en cuanto a la forma y plazos establecidos por el procedimiento interno, aplicando la normativa mercantil sobre facturación, e identificando inequívocamente la información recibida del cliente o remitida al proveedor.	☐	☐	☐	☐
3.4: Comprobar la documentación cumplimentada, cotejando que los datos (NIF, dirección, teléfono, razón social, número del documento, precio unitario, retenciones, importes, fechas de entrega, forma y fecha de pago, entre otros) corresponden con la información facilitada o disponible del cliente o proveedor, y utilizando el modelo establecido por la organización y la imagen corporativa.	☐	☐	☐	☐
3.5: Comprobar los documentos formalizados, cotejándolos con los precedentes (presupuesto, pedido, albarán, factura y recibo) o las modificaciones de los mismos, detectándose los errores, y corrigiéndose en su caso.	☐	☐	☐	☐
3.6: Comprobar la documentación tramitada, verificando que cumple con los requisitos formales establecidos por la normativa mercantil y los procedimientos internos de la organización sobre facturación.	☐	☐	☐	☐
3.7: Manejar los datos utilizados y los documentos realizados manualmente o a través de aplicaciones informáticas, cumpliendo la normativa sobre datos personales, confidencialidad y seguridad de la información.	☐	☐	☐	☐

4: Tramitar la comunicación de las incidencias detectadas y/o localizadas en el proceso administrativo de compra, venta y prestación de servicios, aplicando los procedimientos internos de la organización para cumplir las exigencias de calidad en la gestión.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Reclamar la documentación de las operaciones de compra, venta o prestación de servicios, no remitida o recibida en la fecha o forma establecida, utilizando los medios de comunicación para ponerse en contacto con los clientes o proveedores.	☐	☐	☐	☐
4.2: Transmitir las incidencias detectadas (pedidos incompletos, errores en cantidades, precios, direcciones, entre otros), de forma clara, concisa y con prontitud al cliente, proveedor y/o al inmediato superior.	☐	☐	☐	☐
4.3: Registrar los datos de las incidencias detectadas (departamento, cliente, proveedor, producto o pedidos afectados, entre otros), recogiendo las causas identificadas en partes de incidencias, en soporte papel o informático, para su transmisión a la instancia correspondiente.	☐	☐	☐	☐
4.4: Tramitar las incidencias detectadas, resolviéndolas, o planteando alternativas de solución al cliente y/o proveedor, manteniéndose la operación comercial y fidelizándose la relación con los mismos.	☐	☐	☐	☐

5: Actualizar la información de las entradas y salidas de existencias, utilizando la aplicación informática y los procedimientos internos de la organización, a fin de permitir la gestión de stocks.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Comprobar los datos de los productos inventariados, cotejándolos con los registrados en soporte papel o en las aplicaciones de gestión y control de stocks de la organización, de acuerdo con los criterios de periodicidad establecidos, comunicándose, en su caso, las desviaciones detectadas.	☐	☐	☐	☐
5.2: Anular los productos recibidos con anomalías, sustraídos o deteriorados, en el soporte papel o a través del formulario correspondiente en la aplicación informática, iniciándose la devolución al proveedor si procede.	☐	☐	☐	☐
5.3: Entregar los datos sobre el nivel de stocks, sus variaciones, u otros aspectos del mismo (roturas, pérdidas, cambios, entre otros), solicitados por los departamentos, a través de informes, en los plazos establecidos.	☐	☐	☐	☐

5: Actualizar la información de las entradas y salidas de existencias, utilizando la aplicación informática y los procedimientos internos de la organización, a fin de permitir la gestión de stocks.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.4: Actualizar las variaciones en precios, IVA, lotes u otros parámetros relacionados con el producto inventariado, en los correspondientes registros.	☐	☐	☐	☐

6: Actualizar la información de las existencias de espacios y recursos disponibles y de los productos necesarios para la prestación de los servicios ofertados por la organización, utilizando la aplicación informática y los procedimientos internos de la organización, a fin de permitir la gestión de venta de servicios o la reserva de los mismos y evitar una rotura de suministro.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Comprobar la disponibilidad y el estado de los espacios y recursos destinados a la prestación de servicios a través de las aplicaciones de gestión y control de la organización, de acuerdo con los criterios de periodicidad establecidos, comunicándose, en su caso, las incidencias detectadas.	☐	☐	☐	☐
6.2: Registrar las incidencias sobre el estado y disponibilidad de espacios y recursos disponibles para la prestación de servicios, anulando su uso temporalmente en las aplicaciones de gestión y control de la organización, trasladando la información de dichas incidencias al departamento o responsable correspondiente para su habilitación o retirada del inventario.	☐	☐	☐	☐
6.3: Comprobar la disponibilidad y el estado de productos necesarios para la prestación de los servicios, consultando la información generada por los departamentos correspondientes, con la periodicidad fijada por la organización, con el fin de que no exista una rotura de suministro.	☐	☐	☐	☐
6.4: Registrar las incidencias detectadas en cuanto a la disponibilidad y el estado de productos necesarios para la prestación de los servicios, empleando las aplicaciones de gestión y control de la organización, trasladando dichas incidencias al departamento o responsable.	☐	☐	☐	☐
6.5: Comunicar al cliente las posibles soluciones ante la imposibilidad de la prestación de servicios derivada de la rotura de suministro o la falta de disponibilidad, trasladándole las explicaciones pertinentes, ofreciendo alternativas y tramitando las posibles reclamaciones.	☐	☐	☐	☐

7: Efectuar los trámites administrativos vinculados con las acciones de fidelización y del servicio postventa, de acuerdo con las normas de confidencialidad y discreción y los criterios de calidad de servicio establecidos por la organización y la normativa aplicable sobre datos personales para facilitar la gestión y satisfacción de los clientes.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Registrar la información obtenida mediante los sistemas de postventa (encuestas, llamadas telefónicas, sugerencias, cuestionarios en redes sociales, entre otros), empleando el sistema informático disponible.	☐	☐	☐	☐
7.2: Organizar la documentación comercial y de posventa (formularios de venta, encuestas, reclamaciones, entre otras) recibidas, clasificándose de acuerdo con los criterios internos de la organización y archivándose para su recuperación y análisis por el personal del departamento correspondiente.	☐	☐	☐	☐
7.3: Registrar la información de los instrumentos de fidelización (asociaciones, tarjetas de puntos, tarjetas de clubes, bonificaciones, códigos de descuento, entre otros), de acuerdo con las instrucciones recibidas, transmitiéndose en los formatos requeridos a los responsables de su gestión.	☐	☐	☐	☐
7.4: Recibir las reclamaciones efectuadas por los clientes, facilitando la información y documentación necesaria para su formalización, y resolviendo en su caso, y dentro de su competencia, las dudas planteadas, derivando aquellas para las que no tienen competencia al departamento correspondiente (atención al cliente, servicio postventa, atención de incidencias, entre otros).	☐	☐	☐	☐
7.5: Registrar las reclamaciones y quejas realizadas en el sistema de información comercial, o programa de gestión de clientes (CRM) en su caso, archivándose según los criterios de la organización, y/o transmitiéndose, por los cauces establecidos, a los departamentos o responsables con capacidad de resolución en los plazos estipulados (atención al cliente, servicio postventa, atención de incidencias, entre otros).	☐	☐	☐	☐