



# PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE VENTA**

**Código: COM085\_2**

**NIVEL: 2**

## GUÍAS DE EVIDENCIA DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

**(DOCUMENTO RESERVADO PARA USO EXCLUSIVO DE  
PERSONAL ASESOR Y EVALUADOR)**



FONDO SOCIAL EUROPEO  
El FSE invierte en tu futuro



## ÍNDICE GENERAL ABREVIADO

1. Presentación de la Guía	4
2. Criterios generales para la utilización de las Guías de Evidencia	5
3. Guía de Evidencia de la UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización	7
4. Guía de Evidencia de la UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta	23
5. Guía de Evidencia de la UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario	39
6. Guía de Evidencia de la UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales	53
7. Glosario de términos utilizadoS en Operaciones auxiliares en actividades de venta	67



## 1. PRESENTACIÓN DE LA GUÍA

Las Guías de Evidencia de las Unidades de Competencia, en su calidad de instrumentos de apoyo a la evaluación, se han elaborado con una estructura sencilla y un contenido adecuado a las finalidades a que deben contribuir, como son las de optimizar el procedimiento de evaluación, y coadyuvar al logro de los niveles requeridos en cuanto a validez, fiabilidad y homogeneidad, tanto en el desarrollo de los procesos como en los resultados mismos de la evaluación.

Para ello, la elaboración de las Guías parte del referente de evaluación constituido por la Unidad de Competencia considerada (en adelante UC), si bien explicitando de otra manera sus elementos estructurales, en el convencimiento de que así se facilita la labor específica del personal asesor y evaluador. Hay que advertir que, en todo caso, se parte de un análisis previo y contextualización de la UC para llegar, mediante la aplicación de la correspondiente metodología, a la concreción de los citados elementos estructurales.

En la línea señalada, se han desglosado las competencias profesionales de la UC en competencias técnicas y sociales.

Las competencias técnicas aparecen desglosadas en el **saber hacer** y en el **saber**; y las sociales en el **saber estar**. Este conjunto de “saberes” constituyen las tres dimensiones más simples y clásicas de la competencia profesional.

La dimensión relacionada con el **saber hacer** aparece explicitada en forma de actividades profesionales que subyacen en las realizaciones profesionales (RPs) y criterios de realización (CRs).

Conviene destacar que la expresión formal de las actividades profesionales se ha realizado mediante un lenguaje similar al empleado por las y los trabajadores y el empresariado, de aquí su ventaja a la hora de desarrollar autoevaluaciones, o solicitar información complementaria a las empresas.

La dimensión de la competencia relacionada con el saber, comprende el conjunto de conocimientos de carácter técnico sobre conceptos y procedimientos, se ha extraído del módulo formativo correspondiente a cada UC, si bien se ha reorganizado para su mejor utilidad, asociando a cada una de las actividades profesionales principales aquellos saberes que las soportan y, en su caso, creando un bloque transversal a todas ellas.



En cuanto a la dimensión de la competencia relacionada con el saber estar, se han extraído, caso de existir, de las correspondientes RPs y CRs de la UC, en forma de capacidades de tipo actitudinal.

Por último indicar que, del análisis previo de la UC y de su contexto profesional, se ha determinado el **contexto crítico** para la evaluación, cuya propiedad fundamental radica en que, vertido en las situaciones profesionales de evaluación, permite obtener resultados en la evaluación razonablemente transferibles a todas las situaciones profesionales que se pueden dar en el contexto profesional de la UC. Precisamente por esta importante propiedad, el contexto que subyace en las situaciones profesionales de evaluación se ha considerado también en la fase de asesoramiento, lográndose así una economía de recursos humanos, materiales y económicos en la evaluación de cada candidatura.

## 2. CRITERIOS GENERALES PARA LA UTILIZACIÓN DE LAS GUÍAS DE EVIDENCIA

La estructura y contenido de esta “Guía de Evidencia de Competencia Profesional” (en adelante GEC) se basa en los siguientes criterios generales que deben tener en cuenta las Comisiones de Evaluación, el personal evaluador y el asesor.

**Primero.-** Si las Comisiones de Evaluación deciden la aplicación de un método de evaluación mediante observación en el puesto de trabajo, el referente de evaluación que se utilice para valorar las evidencias de competencia generadas por las candidatas y candidatos, serán las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC de que se trate, en el contexto profesional que establece el apartado 1.2. de la correspondiente GEC.

**Segundo.-** Si la Comisión de Evaluación apreciara la imposibilidad de aplicar la observación en el puesto de trabajo, esta GEC establece un marco flexible de evaluación –**las situaciones profesionales de evaluación**– para que ésta pueda realizarse en una situación de trabajo simulada, si así se decide por la citada Comisión. En este caso, para valorar las evidencias de competencia profesional generadas por las candidatas y candidatos, se utilizarán los **criterios de evaluación** del apartado 1.2. de la correspondiente GEC, formados por “criterios de mérito”; “indicadores”; “escalas de desempeño competente” y ponderaciones que subyacen en las mismas. Conviene señalar que los citados criterios de evaluación se extraen del análisis de las RPs y CRs de la UC de que se trate. Hay que destacar que la utilización de situaciones profesionales de evaluación (de las que las Comisiones de Evaluación podrán derivar **pruebas profesionales**), con sus criterios de



evaluación asociados, incrementan la validez y fiabilidad en la inferencia de competencia profesional.

**Tercero.-** Sin perjuicio de lo anterior, la GEC contiene también otros referentes –**las especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia**- que permiten valorar las evidencias indirectas que aporten las candidatas y candidatos mediante su historial profesional y formativo, entre otros, así como para orientar la aplicación de otros métodos de obtención de nuevas evidencias, mediante entrevista profesional estructurada, pruebas de conocimientos, entre otras.

A modo de conclusión, puede decirse que la aplicación de los tres criterios generales anteriormente descritos, persigue la finalidad de contribuir al rigor técnico, validez, fiabilidad y homogeneidad en los resultados de la evaluación y, en definitiva, a su calidad, lo cual redundará en la mejor consideración social de las acreditaciones oficiales que se otorguen y, por tanto, en beneficio de las trabajadoras y trabajadores cuyas competencias profesionales se vean acreditadas.



## GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización”**

*Transversal en las siguientes cualificaciones:*

- COM085\_2 Actividades de venta.
- COM314\_3 Gestión comercial de ventas.
- COM631\_2 Actividades de gestión del pequeño comercio.



## 1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

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 estas 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 de la UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización.

### 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 (UC 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 principales y secundarias que intervienen en la venta de productos y/o servicios, utilizando las diferentes técnicas y canales de comercialización, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

- 1. Elaborar un plan de actuación comercial propio en concordancia con los objetivos establecidos por la organización y adaptable a las características específicas de cada cliente.***





- 1.1 Identificar los parámetros para la actuación comercial propia, consultando fuentes de información disponibles.
- 1.2 Definir las líneas propias de actuación en la venta, cumpliendo el procedimiento y argumentario de ventas establecido.
- 1.3 Identificar los puntos fuertes y débiles, ventajas y desventajas del plan de actuación con cada cliente, en función de las características de la cartera de clientes potenciales y reales.
- 1.4 Organizar el plan de acción de ventas propio, teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados, de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización.
- 1.5 Mantener actualizado el fichero de clientes incorporando información relevante de los contactos comerciales.
- 1.6 Seleccionar los clientes susceptibles de formar parte del plan de fidelización, utilizando los criterios comerciales e información a su alcance, empleando para ello las herramientas de gestión de clientes disponibles.

## **2. *Atender las necesidades del cliente asesorándole sobre los productos y/o servicios idóneos de acuerdo con los objetivos y procedimiento establecidos por la organización.***

- 2.1 Contactar con el cliente a través de los diferentes canales de comercialización.
- 2.2 Clasificar al cliente de acuerdo con las características detectadas y aplicando criterios en función de su perfil.
- 2.3 Determinar las necesidades del cliente utilizando técnicas de pregunta y escucha activa, introduciendo la información en las aplicaciones de gestión de clientes disponibles.
- 2.4 Determinar los productos/servicios que satisfacen al cliente según las necesidades que nos transmite.
- 2.5 Asesorar a los clientes sobre los productos/servicios que comercializa y puedan satisfacer sus necesidades, utilizando las demostraciones prácticas disponibles y ofertando si fuese necesario productos o servicios sustitutivos.
- 2.6 Identificar la ubicación e información de los productos/servicios necesaria para la venta, evitando tiempos de espera a los clientes.
- 2.7 Resolver las dudas y objeciones durante la relación comercial, aplicando técnicas de refutación adecuadas al medio de comunicación empleado.
- 2.8 Adecuar la imagen personal en la atención al público, según el procedimiento establecido por la organización.
- 2.9 Promover la venta adecuando la forma de expresión en función del cliente.
- 2.10 Particularizar la relación con cada cliente durante la comunicación comercial, utilizando la información disponible.
- 2.11 Recurrir al superior jerárquico en operaciones comerciales que sobrepasen el nivel de responsabilidad asignado.

## **3. *Conseguir el pedido, utilizando la técnica de venta adecuada según el medio de comercialización establecido, cerrando todos los aspectos del proceso de compraventa de acuerdo a los criterios establecidos por la empresa y a la normativa aplicable.***

- 3.1 Obtener la información del cliente a partir de las consultas y/o pedidos de acuerdo al procedimiento establecido.
- 3.2 Identificar la estrategia de venta adecuada a cada tipo de cliente determinando la fórmula y momento oportuno para abordar el cierre de la misma.



- 3.3 Orientar la entrevista con el cliente de acuerdo con la estrategia establecida y ante las incidencias no previstas.
- 3.4 Facilitar la compra al cliente creando un ambiente acogedor y positivo, utilizando los medios disponibles.
- 3.5 Resolver las objeciones a la venta presentadas por el cliente utilizando un estilo asertivo de comunicación y aplicando el argumentario de venta desarrollado.
- 3.6 Cerrar todos los aspectos de la operación, negociando dentro de los márgenes establecidos, hasta conseguir la firma del pedido.
- 3.7 Transmitir al cliente las condiciones del contrato compraventa, cumplimentando el documento modelo/contrato-tipo de compraventa, según la normativa aplicable y los criterios establecidos por la empresa.
- 3.8 Ayudar al cliente a cumplimentar el formulario del pedido a distancia en función del medio utilizado para la venta.
- 3.9 Transmitir al cliente precio final y las condiciones de venta del producto/servicio informando de los descuentos y recargos aplicables.
- 3.10 Entregar la documentación que acompaña al producto de acuerdo a la normativa aplicable y a los criterios establecidos por la empresa.

**4. *Atender las quejas y reclamaciones de los clientes dentro del marco de su responsabilidad, escalando aquellas que sobrepasen su competencia según el procedimiento establecido por la empresa, adoptando en todo momento una actitud positiva y utilizando un estilo asertivo.***

- 4.1 Identificar la naturaleza de las reclamaciones, atendiendo al cliente y cumplimentando la documentación requerida.
- 4.2 Informar al cliente del proceso a seguir según el procedimiento establecido.
- 4.3 Facilitar el acuerdo con el cliente ante una queja o reclamación, adoptando una postura de seguridad e interés y aplicando la normativa aplicable y los criterios establecidos por la organización.
- 4.4 Tramitar las reclamaciones siguiendo criterios de uniformidad, cumpliendo la normativa aplicable, el procedimiento establecido y la documentación requerida.
- 4.5 Registrar las reclamaciones y quejas recogidas, canalizándolas como fuentes de información para su análisis.
- 4.6 Transmitir al superior jerárquico las incidencias cuando sobrepase la responsabilidad asignada, utilizando el procedimiento establecido.

**5. *Efectuar el seguimiento de postventa garantizando la satisfacción del cliente y la posibilidad de fidelización del mismo, utilizando los medios y herramientas establecidos por la organización.***

- 5.1 Ejecutar el plan de fidelización de clientes establecido, efectuando el seguimiento postventa.
- 5.2 Contactar con el cliente en las fechas señaladas, empleando las técnicas de comunicación adecuadas y garantizando su satisfacción.
- 5.3 Resolver las incidencias de postventa, dentro del marco de su responsabilidad.
- 5.4 Recurrir al superior jerárquico en la resolución de una incidencia, según supere la responsabilidad asignada.

**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 las realizaciones profesionales de la UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

**1. Elaboración de un plan de actuación comercial propio en concordancia con los objetivos establecidos por la organización y adaptable a las características específicas de cada cliente.**

- Parámetros de empresa para la actuación comercial:
  - Imagen corporativa.
  - Posicionamiento.
  - Público objetivo.
  - Valores diferenciales con la competencia.
- Parámetros de mercado para la actuación comercial:
  - Volumen de ventas.
  - Normas de actuación.
  - Objetivos comerciales.
- Parámetros de productos y/o servicio:
  - Políticas de precio.
  - Características y atributos.
  - Gama y/o categorías.
  - Usos.
  - Garantías.
  - Servicios complementarios.
- Análisis de puntos fuertes/débiles y ventajas/desventajas. Análisis DAFO.
- Organización del trabajo.
  - Prospección de clientes: potenciales/reales.
  - Tratamiento de la información comercial (potencial de compra, pedidos realizados, pedidos pendientes u otros).
  - Agenda comercial (plan de visitas, gestión de tiempos y rutas).
- Aplicaciones informáticas:
  - CRM.

**2. Atención de las necesidades del cliente asesorándole sobre los productos y/o servicios idóneos de acuerdo con los objetivos y procedimiento establecidos por la organización.**

- Canales de comercialización:
  - Directos.
  - Indirectos.
- Fases de la venta.
- Aproximación al cliente: Clasificación de clientes. Estudio de necesidades y comportamientos del consumidor.
- Argumentario de venta: Presentación del producto/servicio (características, atributos, diferencias con competencia).
- Localización de productos en el punto de venta.
- Técnicas de comunicación aplicadas a la venta:
  - Elementos de expresión corporal.
  - Elementos de contenido.
  - Elementos de Voz.



- Comunicación efectiva: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional.
- Técnicas no presenciales.
- Aplicaciones informáticas:
  - Hojas de cálculo.

### **3. Consecución del pedido, utilizando la técnica de venta adecuada según el medio de comercialización establecido.**

- Técnicas de venta.
- Técnicas de comunicación para consecución de venta.
- Usos habituales en la elaboración de documentación comercial.
- Canales de comercialización y medios de pago.
- Cálculo de PVP: Márgenes. Descuentos.
- Utilización del TPV (Terminal punto de venta).
- Comercio a través de Internet.
- Aplicaciones informáticas: De cobro.

### **4. Atención de las quejas y reclamaciones de los clientes**

- Atención de quejas y reclamaciones de clientes:
- Tipos de reclamaciones.
- Documentación y pruebas de reclamación.
- Técnicas de resolución de reclamaciones.
- Normativa aplicable de protección al consumidor.
- Aplicaciones informáticas:
  - De gestión de reclamaciones.

### **5. Seguimiento postventa.**

- Seguimiento postventa.
- Evaluación de satisfacción.
- Estrategias de fidelización de clientes.
- Clientes prescriptores.
- Aplicaciones informáticas: De gestión de reclamaciones. Mensajería instantánea.

### **Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.**

- Normativa aplicable en materia de comercio.
- Herramientas de gestión y/o informáticas para la planificación, venta y seguimiento comercial.
- Internet como herramienta de venta.
- Tratamiento de objeciones:
  - Clasificación de objeciones.
  - Técnicas de refutación de objeciones.
- Aplicaciones informáticas:
  - De gestión de reclamaciones.
  - De correo electrónico.
  - Navegadores de Internet.
  - De mensajería instantánea.

### **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:

1. En relación con la empresa deberá:
  - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa así como por el conocimiento de la organización y sus procesos.
  - 1.2 Comprometerse y respetar los parámetros identificativos de empresa a través de la muestra de la imagen, valores y política de actuación.
  - 1.3 Gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas
  - 1.4 Gestionar la información de forma adecuada y eficiente.
  - 1.5 Hacer readaptaciones con habilidad durante la ejecución de la tarea encomendada cuando sea necesario.
  
2. En relación con el cliente deberá:
  - 2.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa respetando los canales establecidos en la organización.
  - 2.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con el cliente.
  - 2.3 Causar buena impresión en los otros y mantenerla en el tiempo.
  - 2.4 Tener capacidad de persuasión.
  - 2.5 Orientar al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.
  
3. En relación con la actitud personal deberá :
  - 3.1 Mantener una actitud laboral positiva y de seguridad en situaciones de decepción y/o rechazo ante posibles críticas.
  - 3.2 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora.
  - 3.3 Plantear y argumentar de forma lógica y razonable sobre las situaciones dadas.
  - 3.4 Aplicar metodologías DAFO en su trabajo habitual, para la mejora de los problemas que surgen en el desarrollo de la actividad.

## **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 de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.



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 de la “UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización”, 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 realizar la venta de productos y/o servicios genérico de consumo, así como la ejecución de la venta a través de canal presencial o telefónico con un cliente, hasta el cierre documental de la misma, a partir de una información que se le facilite referida al tipo de productos/servicios y clientes, cumpliendo la normativa aplicable de comercio y respetando los derechos de los consumidores. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Elaborar un plan de acción propio de venta, partiendo de una información previamente facilitada.
2. Contactar comercialmente con un cliente para presentar un producto/servicio.
3. Cerrar una venta.
4. Tramitar una incidencia de ventas.

#### **Condiciones adicionales:**

- Se facilitará un plan de actuación de venta general para trabajar a partir del mismo.
- Contará con bases de datos de clientes y catálogos de productos/servicios para elaboración de su plan de acción propio de venta.
- Dispondrá de los medios, documentación y/o ayudas técnicas precisas para la realización de esta situación profesional de evaluación.
- Se comprobará su capacidad para dar respuesta a las cuestiones o dificultades planteadas por el cliente y posibles contingencias.



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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Elaboración de plan de acción propio de venta.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definición de las líneas propias de su plan, utilizando los datos proporcionados.</li><li>- Segmentación del mercado de clientes y determinación de los productos/servicios a dirigir a cada segmento en función de sus características.</li><li>- Establecimiento de un procedimiento de actualización continua del fichero de clientes.</li><li>- Planificación de la actividad comercial en el tiempo.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Contacto con un cliente para presentación de un producto/servicio.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Utilización de técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente.</li><li>- Asesoramiento al cliente sobre el producto o servicio que comercializa y satisface sus necesidades.</li><li>- Resolución de las dudas y objeciones durante la relación comercial utilizando los medios e información facilitados.</li><li>- Muestra de productos o servicios sustitutos si es necesario.</li><li>- Adaptación de la forma de expresión a utilizar en función del cliente.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Cierre de la venta.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Orientación y facilitación de la compra al cliente creando un ambiente positivo.</li><li>- Cierre con el cliente de todos los aspectos necesarios en la negociación de venta dentro de los márgenes establecidos.</li><li>- Ayuda al cliente a cumplimentar documentación de pedido.</li><li>- Comunicación del precio final y condiciones de venta.</li><li>- Entrega de la documentación que acompaña al producto de acuerdo a normativa y criterios establecidos.</li></ul>

	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<p><i>Tramitación de incidencias</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificación de la reclamación e información al cliente de cómo actuar al respecto.</li><li>- Facilitación del acuerdo adoptando una postura de interés y seguridad.</li><li>- Cumplimentación y tramitación de la documentación requerida según procedimiento y normativa establecidos.</li><li>- Transmisión al superior jerárquico de la incidencia si sobrepasa la responsabilidad asignada.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>

### Escala A

5	<p><i>Define las líneas propias de su plan, utilizando los datos proporcionados, segmenta el mercado de clientes y determina los productos/servicios a dirigir a cada segmento en función de sus características, establece un procedimiento de actualización continua del fichero de clientes y planifica la actividad comercial en el tiempo.</i></p>
4	<p><i>Define las líneas propias de su plan, utilizando los datos proporcionados, segmenta el mercado de clientes y determina los productos/servicios a dirigir a cada segmento en función de sus características, establece un procedimiento de actualización continua del fichero de clientes pero no planifica la actividad comercial en el tiempo.</i></p>
3	<p><i>Define las líneas propias de su plan, utilizando los datos proporcionados, segmenta el mercado de clientes y determina los productos/servicios a dirigir a cada segmento en función de sus características, pero no establece un procedimiento de actualización continua del fichero de clientes.</i></p>
2	<p><i>Define las líneas propias de su plan, utilizando los datos proporcionados, segmenta el mercado de clientes pero no determinar los productos/servicios a dirigir en función de sus características.</i></p>
1	<p><i>No define claramente las líneas de su plan de acción de venta ni segmenta adecuadamente el mercado de clientes.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.



## Escala B

5	<i>Utiliza técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente, asesora al cliente sobre qué producto/servicio de los que comercializa satisface sus necesidades, resuelve las dudas y objeciones durante la relación comercial, muestra productos o servicios sustitutivos si es necesario y adapta la forma de expresión a utilizar en función del cliente.</i>
4	<i>Utiliza técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente, asesora al cliente sobre qué producto/servicio de los que comercializa satisface sus necesidades, resuelve las dudas y objeciones durante la relación comercial, muestra productos o servicios sustitutivos si es necesario pero no adapta correctamente la forma de expresión a utilizar a las características del cliente.</i>
3	<i>Utiliza técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente, asesora al cliente sobre qué producto/servicio de los que comercializa satisface sus necesidades, resuelve las dudas y objeciones durante la relación comercial pero no muestra productos o servicios sustitutivos a los planteados por el cliente.</i>
2	<i>Utiliza técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente, asesora al cliente sobre qué producto/servicio de los que comercializa satisface sus necesidades, pero no resuelve todas las dudas y objeciones durante la relación comercial.</i>
1	<i>No utiliza técnicas de pregunta y escucha para determinar las necesidades del cliente y no sabe asesorarle sobre el producto/servicio que necesita.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

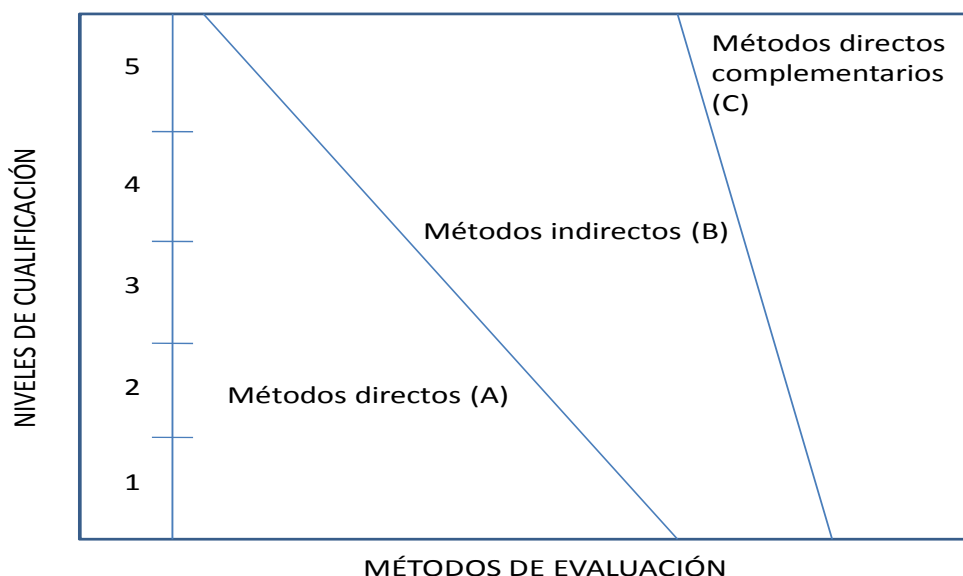
## 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 de la unidad de competencia, 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 de la UC. 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 no formal y no tenga experiencia en la venta de productos o servicios a través diferentes canales de comercialización, 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 la UC, 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 las realizaciones profesionales 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/a 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) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades sociales, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización.
- 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.

- h) En la situación profesional de evaluación se deberá tener en consideración:
- La capacidad para aprovechar la información y medios disponibles en la elaboración de una estrategia de venta.
  - La seguridad y control demostrado por el candidato en la tramitación de incidencias y en el cierre de la venta.



- El talento para transformar un ambiente de negatividad u hostilidad del cliente en un ambiente favorecedor a la venta o tramitación de incidencias.
  - La posibilidad de establecer puntos de prueba para confirmar que el candidato conoce la aplicación de un procedimiento de escalado al superior jerárquico en función de las circunstancias que se produzcan.
- i) Para comprobar la competencia de respuesta a contingencias se podrá considerar una posible incidencia que afecte al desarrollo de la situación profesional de evaluación.



## GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario”**

*Transversal en las siguientes cualificaciones:*

COM085\_2 Actividades de venta.

COM087\_3 Atención al cliente, consumidor o usuario.



## 1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

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 de la UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

### 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 (UC 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 principales y secundarias que intervienen en la ejecución de las acciones propias del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

#### **1. Proporcionar la información solicitada por el cliente utilizando las fuentes y los medios disponibles, demostrando habilidades**



***comunicativas y respetando la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad.***

- 1.1 Saludar al cliente en los distintos canales de comunicación aplicando formulas de cortesía y protocolo y respetando normas internas.
  - 1.2 Solicitar los datos personales del cliente utilizando las herramientas de gestión de clientes para acceder a la información disponible del mismo.
  - 1.3 Recopilar la información suficiente del interlocutor que permita gestionar personalmente la petición o canalizarla al departamento correspondiente.
  - 1.4 Solicitar el tiempo preciso al interlocutor cuando no se conoce la respuesta correcta, evitando esperas innecesarias.
  - 1.5 Obtener la información que se ha de otorgar al interlocutor, recurriendo a las herramientas de soporte, al Servicio de Atención al cliente, al superior jerárquico o al departamento correspondiente.
  - 1.6 Asesorar al cliente en el ámbito de sus competencias y utilizando la información disponible a través de las herramientas de comunicación disponibles.
  - 1.7 Proporcionar la información al interlocutor facilitando la interpretación de la misma.
- Desarrollar las actividades demostrando habilidades en comunicación y respetando la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad.

***2. Gestionar la información en el sistema informático de atención al cliente, registrando la información asociada al servicio, actualizando las bases de datos disponibles y asegurando la permanencia de la información, de acuerdo con las especificaciones recibidas.***

- 2.1 Cumplimentar los formularios de registro de entrada de información con las características esenciales de la consulta.
  - 2.2 Registrar las comunicaciones utilizando las herramientas de que se disponga.
  - 2.3 Organizar correctamente las consultas y peticiones que se registran, aplicando las técnicas de archivo y criterios establecidos.
  - 2.4 Verificar el sistema de información comprobando que cumple con los requerimientos informativos establecidos.
  - 2.5 Concretar las actuaciones de gestión del sistema de información, trabajando en equipo, colaborando y/o cumpliendo las órdenes.
  - 2.6 Ejecutar los métodos de búsqueda y consulta, utilizando medios internos y externos.
  - 2.7 Actualizar las bases de datos de la empresa respetando la normativa interna y la legislación aplicable.
  - 2.8 Asegurar la permanencia de la información mediante la realización de copias de seguridad, respetando la normativa aplicable.
- Desarrollar las actividades de acuerdo con las especificaciones recibidas.

***3. Participar en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado, detectando los posibles fallos, presentando propuestas de mejora, trabajando en equipo y cumpliendo las órdenes.***

- 3.1 Comunicar los defectos detectados en productos/servicios, teniendo en cuenta el departamento oportuno.





- 3.2 Comparar la información registrada con las necesidades de los clientes, detectando posibles modificaciones en el nivel de servicio prestado.
  - 3.3 Informar acerca de la satisfacción de los clientes y sus necesidades, proponiendo medidas para optimizar la calidad del servicio.
- Desarrollar las actividades trabajando en equipo y cumpliendo las órdenes.

## **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 las realizaciones profesionales de la UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

### **1. Proporción de la información solicitada por el cliente utilizando las fuentes y los medios disponibles.**

- Habilidades comunicativas:
  - Escucha activa.
  - Feed back.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- Modelos de comunicación comercial.
- Comunicación escrita:
  - Correo electrónico.
  - Mensajería instantánea.
  - Correo postal.
- Expresión verbal/no verbal. Reglas de comunicación telefónica.
- Normativa de seguridad y confidencialidad.
- Uso de herramientas de comunicación:
  - El teléfono y su uso.
  - La centralita.
  - Uso del listín telefónico.
  - Normas para hablar correctamente por teléfono.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - Navegadores de internet.
  - Procesadores de texto.
  - Herramientas de gestión de clientes (CRM).

### **2. Gestión de la información en el sistema informático de atención al cliente, registrando la información asociada al servicio, actualizando las bases de datos disponibles y asegurando la permanencia de la información.**

- Tratamiento de la información:
  - Técnicas de archivo.
  - Elaboración y uso de ficheros.
  - Procedimientos de transmisión de información.
  - Conservación de la información.
  - Elaboración de informes.



- Utilización de la Bases de datos como herramientas de gestión en la atención y relación con el cliente:
  - Estructura y funciones.
  - Tipos.
  - Procedimientos: de búsqueda y recuperación de información / de grabación y borrado de datos y archivos / de consulta / de protección de datos / de impresión.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - Navegadores de internet.
  - Procesadores de texto.
  - Herramientas de gestión de clientes (CRM).

### **3. Participación en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado, detectando los posibles fallos, presentando propuestas de mejora.**

- Comunicación interdepartamental.
- Importancia y objeto de la calidad.
- Calidad en el producto y/o servicio prestado.
- Proceso y elementos de control.
- Métodos de evaluación de la calidad.
- Medidas correctoras.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - De presentación.
  - De gestión de clientes.

### **Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.**

- Proceso de transmisión y recepción de información en la comunicación:
  - Recepción.
  - Acogida.
  - Identificación.
  - Gestión.
  - Despedida.
- Normativa general sobre comercio y su documentación: Derechos de los consumidores.
- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).
- Herramientas de gestión y/o informáticas para la entrada, mantenimiento y estudio de información comercial.

### **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:

1. En relación con la empresa deberá:
  - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa.
  - 1.2 Ser flexible para afrontar diferentes situaciones de trabajo y sus cambios.



- 1.3 Tener capacidad para gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas.
2. En relación con los compañeros deberá:
  - 2.1 Coordinarse y colaborar con miembros del equipo de trabajo.
  - 2.2 Tener capacidad de comunicarse de forma horizontal y vertical con los compañeros y otros departamentos.
  - 2.3 Saber escuchar y comunicar mejoras y dificultades valorando las aportaciones realizadas.
  - 2.4 Gestionar la información de forma idónea y eficiente.
3. En relación con el cliente deberá:
  - 3.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa, respetando los canales establecidos en la organización.
  - 3.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con las personas.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá :
  - 4.1 Tener capacidad de autocrítica.
  - 4.2 Ser proactivo.
  - 4.3 Disponer de creatividad en la propuesta de medidas en beneficio de la calidad de la empresa.

## **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 de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

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 de la “UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario”, 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 ejecutar las acciones de atención a un cliente/usuario de un servicio genérico de consumo, que contacta a través de canal presencial o telefónico, planteando dudas sobre un servicio contratado, atendiendo al cliente, haciendo uso de la documentación requerida, solventando sus dudas o derivándolas al departamento correspondiente, mientras realiza el registro de las comunicaciones y actualiza la ficha del cliente en la base de datos según el procedimiento proporcionado para ello, cumpliendo la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad, y el procedimiento de evaluación de calidad del servicio prestado. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Atender a un cliente/usuario que contacta solicitando información sobre un servicio contratado.
2. Gestionar la petición planteada por el cliente.
3. Registrar la comunicación actualizando la base de datos.
4. Aplicar el procedimiento de calidad a través de registros.

#### ***Condiciones adicionales:***

- Se facilitará un procedimiento de atención a clientes según los establecidos en una organización tipo.
- Se proporcionarán herramientas de comunicación telefónica.
- Se proporcionará una base de datos de clientes/usuarios del servicio en la que algunos de ellos tengan registros de actuaciones o comunicaciones anteriores.
- Se dispondrá de los medios, documentación y/o ayudas técnicas precisas para la realización de esta situación profesional de evaluación.
- Se comprobará su capacidad para utilizar las herramientas de soporte de atención al cliente facilitadas y la respuesta a determinadas contingencias que se planteen durante el proceso de atención al cliente.

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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por



tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente:



<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Acogida del cliente.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Saludo inicial aplicando fórmulas de cortesía y protocolo.</li><li>- Solicitud de los datos personales del cliente.</li><li>- Obtención de la información necesaria para gestionar la petición del cliente.</li><li>- Respeto de normativa aplicable.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Gestión de la petición del cliente.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Obtención de la información para facilitar al interlocutor.</li><li>- Utilización de la información necesaria de entre la disponible.</li><li>- Apoyo al cliente en la interpretación de la información.</li><li>- Utilización de los medios e información entregados.</li><li>- Tramitación de la consulta hacia otro departamento si fuese necesario.</li><li>- Aplicación de los procedimientos internos.</li><li>- Comunicación de la información obtenida al cliente.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Registro y organización de la información.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Registro de las comunicaciones mediante los formularios entregados.</li><li>- Organización de las consultas y peticiones registradas.</li><li>- Actualización de las bases de datos.</li><li>- Salvado de la copia de seguridad.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Proceso de Gestión de la calidad.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicación de los procedimientos de calidad.</li><li>- Cumplimiento de los registros establecidos.</li><li>- Comunicación de defectos detectados.</li><li>- Propuesta de medidas de mejora.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>

## Escala A

4	<i>Obtiene la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando correctamente los medios e información entregados, y la comunica al cliente facilitando su interpretación sin necesidad de consultar con otro departamento, cumpliendo el procedimiento interno establecido.</i>
3	<i>Obtiene parcialmente la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando correctamente los medios e información entregados, y la comunica al cliente facilitando su interpretación, derivando el resto de la consulta hacia otro departamento según procedimiento interno establecido.</i>
2	<i>Obtiene parcialmente la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando algunos de los medios e información entregados, y la comunica al cliente aunque sin facilitar su interpretación, derivando la consulta hacia otro departamento sin cumplir el procedimiento interno establecido.</i>
1	<i>No obtiene la información que se debe facilitar al interlocutor, no utiliza los medios e información entregados y deriva la consulta hacia otro departamento.</i>

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

## Escala B

5	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas actualizando las bases de datos de la organización y generando la correspondiente copia de seguridad.</i>
4	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas actualizando las bases de datos de la organización pero no genera copia de seguridad.</i>
3	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas pero no actualiza todos los datos del cliente en las bases de datos de la organización.</i>
2	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados pero no organiza correctamente las consultas y peticiones registradas.</i>
1	<i>Registra incorrectamente las comunicaciones sin cumplimentar totalmente los formularios entregados.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.



## 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

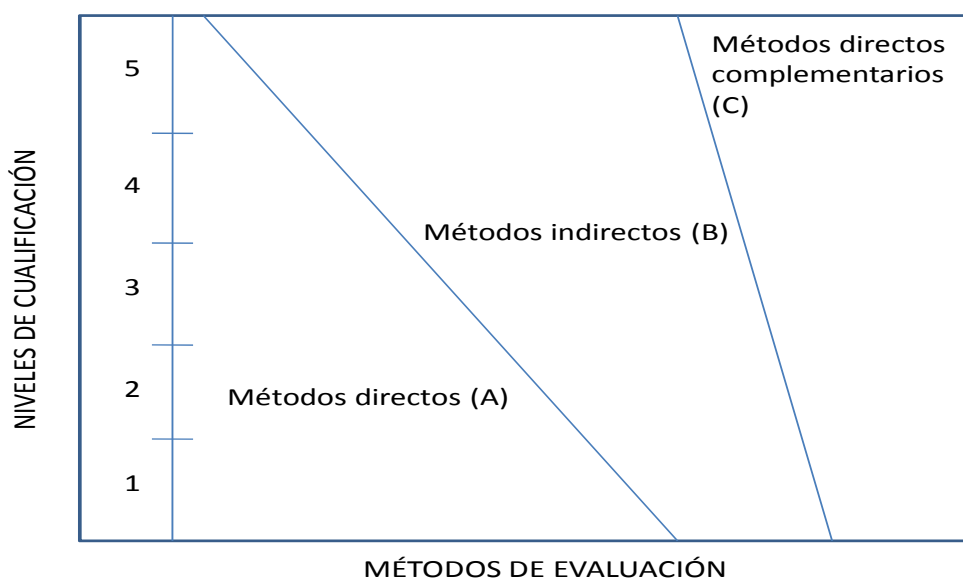
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 de la UC. 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 no formal y no tenga experiencia en la ejecución de acciones del servicio de atención al cliente, consumidor u usuario, 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 la UC, 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 las realizaciones profesionales 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/a 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) 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.

- g) En el desarrollo de la situación profesional de evaluación se deberá tener en consideración:
1. La demostración de habilidades comunicativas en la atención realizada.
  2. La seguridad y destreza del candidato en obtener la información demandada.
  3. La capacidad de derivar las consultas al departamento adecuado en la organización.
  4. La capacidad para atender situaciones de conflicto en las que el cliente plantea su problema de forma hostil y con faltas de respeto.
  5. El cumplimiento de la normativa interna y la legislación aplicable.
  6. Propuesta de medidas de mejora en la calidad del servicio.



## **GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA**

**“UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta”**

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE VENTA**

**Código: COM085\_2**

**NIVEL: 2**



## **1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.**

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 de la UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

### **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 (UC 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 principales y secundarias que intervienen en la gestión de almacén, la implantación de productos y la animación en el establecimiento comercial así como en operaciones de cobro mediante diferentes sistemas de pago y en la elaboración de informes comerciales, todas ellas actividades auxiliares a la venta, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.



**1. Ejecutar la operativa en la gestión de almacén del establecimiento comercial conforme a los procedimientos establecidos por la empresa, actuando de forma integrada con el resto del equipo de trabajo y cumpliendo las órdenes recibidas.**

- 1.1 Efectuar los pedidos de reaprovisionamiento, en función de las necesidades detectadas, según la forma establecida por la organización.
  - 1.2 Detectar posibles defectos en el producto mediante la observación detallada del embalaje exterior y los lotes de producto incluidos.
  - 1.3 Comprobar la idoneidad del producto para la venta realizando una inspección visual de las características del producto recepcionado.
  - 1.4 Comprobar que el producto se ajusta a las condiciones contratadas en función de las condiciones reflejadas en la orden de pedido.
  - 1.5 Comparar el albarán de entrega con la orden de pedido asociada, comprobando uno a uno los datos de cada línea de pedido con los de albarán de entrega.
  - 1.6 Gestionar la devolución de los productos defectuosos, al proveedor, introduciendo la información en el documento establecido (en papel o aplicación informática de almacén).
  - 1.7 Ubicar la mercancía en el almacén conforme a los criterios de optimización del espacio y rentabilidad establecidos.
  - 1.8 Detectar las roturas de stock como consecuencia de la operativa habitual.
  - 1.9 Informar de las roturas de stock al mando superior asegurando que la información se recibe, minimizando el tiempo.
  - 1.10 Proponer alternativas a la rotura de stocks al superior jerárquico, en función de la disponibilidad de productos en el almacén.
  - 1.11 Efectuar el inventario en el tiempo y la forma establecidos por la organización, mediante procedimiento manual o informático.
  - 1.12 Medir la pérdida desconocida identificada en base a los resultados del inventario realizado.
- Desarrollar estas actividades actuando de forma integrada con el resto del equipo de trabajo y cumpliendo las órdenes recibidas.

**2. Colaborar en la implantación y animación del establecimiento comercial en función de los procedimientos establecidos por la empresa.**

- 2.1 Colocar la mercancía en el punto de venta según los criterios comerciales establecidos por la organización.
- 2.2 Comprobar las etiquetas y la cartelería de apoyo, valorando el estado de presentación, observando que contiene la información requerida y está ubicada en el lugar especificado y conforme a la política de animación comercial definida.
- 2.3 Etiquetar el producto según las instrucciones y/o procedimientos establecidos, cumpliendo con la normativa aplicable.
- 2.4 Colocar el surtido en los expositores y mobiliario según el planograma facilitado por la organización.
- 2.5 Reponer la mercancía en los expositores y mobiliario según el planograma.
- 2.6 Proteger la mercancía con sistemas anti-hurto según el procedimiento establecido por la organización.
- 2.7 Actuar en caso de hurto según el procedimiento establecido por la organización.



**3. Reportar la información resultante de la actividad comercial realizada proponiendo estrategias que permitan aumentar el volumen de las ventas.**

- 3.1 Informar a los mandos superiores de la actividad de venta realizada según la periodicidad establecida, de forma sintética.
- 3.2 Proponer estrategias de venta conforme a la detección de nuevos productos/servicios de interés, de acuerdo a la observación de la competencia, en función de las políticas de fidelización establecidas y procurando mejorar en aquellos segmentos que se muestren insatisfechos.
- 3.3 Complimentar los informes de venta, en el tiempo y la forma establecidos por la organización o mandos superiores, priorizando la información más relevante y utilizando la herramienta de gestión de relaciones con clientes disponible.

**4. Efectuar las operaciones de cobro en la venta de productos y/o servicios por diferentes medios de pago, manejando adecuadamente los equipos disponibles, asegurando su fiabilidad y cumpliendo la normativa aplicable.**

- 4.1 Comprobar la dotación de caja y el lugar de colocación del efectivo y documentos cambiarios o de crédito, al comienzo de la jornada.
- 4.2 Introducir en la caja los códigos de precios de los artículos.
- 4.3 Verificar la correcta cumplimentación de cheques de acuerdo con la legislación aplicable.
- 4.4 Efectuar las comprobaciones de seguridad en el pago presencial mediante tarjeta de crédito/débito, cumpliendo la normativa aplicable.
- 4.5 Comprobar la validez de los billetes recibidos según los medios disponibles
- 4.6 Efectuar las comprobaciones de seguridad en el pago online mediante tarjeta de crédito/débito de acuerdo con la legislación aplicable.
- 4.7 Efectuar las comprobaciones establecidas para los pagos mediante transferencia bancaria o teléfono móvil de acuerdo con la legislación aplicable.
- 4.8 Enviar la documentación de pago y contratación en compras con pago contra reembolso junto con el paquete en el que se envía el producto.
- 4.9 Gestionar el abono de los productos rechazados por el cliente de acuerdo con el procedimiento establecido por la organización.
- 4.10 Recuperar físicamente los productos desechados por el cliente de acuerdo con el procedimiento establecido por la organización.
- 4.11 Finalizar la operación de cobro, indicando el importe de la operación verbalmente, entregando los documentos acreditativos de la venta y entregando el cambio correcto en caso de cambio en efectivo.
- 4.12 Efectuar la conversión de divisa en casos de utilización de moneda diferente al euro, según el procedimiento establecido.
- 4.13 Empaquetar el producto cumpliendo con la estética e imagen que el establecimiento quiere transmitir.
- 4.14 Ejecutar el arqueo y cierre de caja detectando posibles desviaciones respecto a los registros efectuados.
- 4.15 Informar de las desviaciones detectadas en el arqueo y cierre de caja, al responsable designado, remitiendo la información y documentos resultantes.

**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 las realizaciones profesionales de la UC0240\_2: Realizar operaciones auxiliares a la venta.





## **1. Operativa en la gestión de almacén de establecimientos comerciales.**

- Características del producto/mercancía:
  - Según su naturaleza.
  - Productos especiales.
  - Condiciones de seguridad a tener en cuenta en su manipulación.
- Tipos de sistemas de almacenaje:
  - Apilado en bloques.
  - Sistema convencional.
  - Sistema compacto.
  - Sistema dinámico.
- Criterios de almacenaje:
  - Capacidad.
  - Disponibilidad
  - Rendimiento.
- Recepción física de la mercancía:
  - Estado de los embalajes.
  - Identificación de los productos (etiquetas).
  - Número de bultos entregados.
- Recepción administrativa de la mercancía:
  - Control cuantitativo (unidades, peso, volumen u otros) conforme al albarán.
  - Control cualitativo sobre el estado de la mercancía, su idoneidad para la venta y el cumplimiento de las condiciones contratadas.
- Devolución de la mercancía defectuosa.
- Ubicación de la mercancía en la estructura del almacén.
- Rotación de producto y su aprovisionamiento.
  - Ratios.
- Actuación en caso de rotura de stocks.
- Ejecución de inventarios y su finalidad.
  - Clases de inventarios.
- La pérdida desconocida y sus causas.
- Riesgos existentes en los almacenes de establecimientos comerciales y medidas preventivas a adoptar:
  - Manipulación manual de cargas.
  - Circulación de carretillas elevadoras.
  - Manejo de transpales manuales.
- Aplicaciones informáticas:
  - De gestión de almacén (módulos de recepción, devoluciones, ubicación e inventarios).

## **2. Colaboración en la implantación y animación del establecimiento comercial.**

- Interpretación de planogramas, sinópticos de ubicación y procedimientos de animación comercial.
- Criterios comerciales de implantación del producto en el espacio comercial para favorecer la venta:
  - Entrada, recorrido y salida del cliente en cada zona.
  - Espacios calientes a mantener.
  - Espacios fríos a dinamizar.
  - Implantación física: horizontal y vertical.
  - Productos gancho.
  - Productos de marca y marca blanca.
  - Productos estacionales.



- Venta multiplicativa.
- Optimización del surtido disponible en el punto de venta. Rotación del surtido.
- Adaptación del ambiente y entorno en el punto de venta:
  - Mobiliario.
  - Luminosidad.
  - Espacio.
  - Temperatura.
  - Orden y limpieza.
  - Aspectos sonoros: ruidos, música.
  - Señalización.
  - Publicidad.
- Comportamiento del cliente y su tratamiento en el punto de venta.
- Especificaciones sobre la normativa aplicable en comercio para el etiquetado del producto.

### **3. Reporte de la información resultante de la actividad comercial realizada proponiendo estrategias que permitan aumentar el volumen de las ventas.**

- Elaboración de informes comerciales y presentaciones en diferentes modelos y con diversas estructuras u organizaciones:
  - Presentación gráfica de datos.
- Aplicación informática de relaciones con clientes disponible en la organización:
  - Introducción de datos de la actividad de venta propia.
  - Extracción de datos de la actividad de venta del resto de la organización que puedan resultar de utilidad en la actividad de venta propia.
- Análisis y estudio de la competencia directa:
  - Observación personal.
  - A través de la información generada por terceros.
- Segmentación de clientes. Adaptación de la oferta a sus necesidades.
- Detección de necesidades y oportunidades de venta, según la actividad de venta desarrollada y el análisis de la información disponible.
- Aplicaciones informáticas:
  - Para la realización de presentaciones.
  - De gestión de relaciones con clientes.

### **4. Operaciones de cobro en la venta de productos y/o servicios por diferentes medios de pago.**

- Técnicas y procedimientos de embalaje y empaquetado comercial:
  - Según la forma física del producto a embalar.
  - Materiales a utilizar.
  - Adornos y acabados.
- Codificación de la mercancía:
  - Códigos EAN.
  - Intercambio electrónico de datos – EDI.
  - Vales, descuentos y promociones.
- Utilización y manejo de los diferentes medios de pago:
  - Efectivo.
  - Tarjeta de crédito/débito.
  - Cheque.
  - Pagaré.
  - Transferencia bancaria.
  - Domiciliación bancaria.



- Contra reembolsos.
  - Teléfono móvil.
  - Gestión del envío de productos comprados con forma de pago contra reembolso por servicio de Correos/mensajería e información a incluir en el paquete.
  - Manejo de los equipos involucrados en la finalización de la venta:
    - Caja registradora.
    - Terminal punto de venta.
    - Elementos auxiliares (lector de código de barras, billetero/monedero, detector billetes falsos, datafono u otros).
  - Arqueo y cierre de caja.
  - Seguridad en los medios de pago:
    - Detección billetes falsos en pago efectivo.
    - Identificación del pagador en el pago con tarjeta de crédito/débito.
    - Validez del cheque/pagaré.
  - Conversión de divisas según la tasa de cambio vigente en cada momento.
  - Especificaciones sobre la normativa aplicable en comercio para el pago de productos/servicios en función del medio utilizado.
  - Aplicaciones informáticas:
    - Para el cobro mediante diferentes medios de pago.
- Seguridad en Internet.

***Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.***

- Etiquetado de la mercancía en almacén y su finalidad:
  - Tipos de codificación.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - Procesadores de texto.
  - Hojas de cálculo.
  - Bases de datos.
- Diferentes tipos de embalajes y su utilización en función de la mercancía:
  - Tipos y características de empaquetado según su objetivo.

**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:

1. En relación con la empresa deberá:
  - 1.1 Interesarse por el conocimiento de la organización y sus procesos.
  - 1.2 Respetar los procedimientos y normas internas establecidas.
  - 1.3 Tomar en consideración las normas de prevención de riesgos laborales.
  - 1.4 Cumplir los plazos marcados para la ejecución de las tareas asignadas.
  - 1.5 Cumplir con los objetivos de venta establecidos por la organización y tratar de aportar en su ámbito de actuación para conseguirlo.
2. En relación con los clientes deberá:
  - 2.1 Demostrar sociabilidad y respeto en el trato con los clientes.



- 2.2 Tener capacidad para causar buena impresión en los clientes cuidando el aspecto físico y la presentación.
3. En relación con los compañeros de trabajo deberá :
  - 3.1 Actuar de forma integrada con el equipo de trabajo asignado.
  - 3.2 Respetar las opiniones diferentes a la de uno mismo.
  - 3.3 Aprender de los compañeros con más experiencia.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
  - 4.1 Interpretar y ejecutar las instrucciones de trabajo.
  - 4.2 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y la realidad que le rodea.

## **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 de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

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 de la "UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta", se tienen una situaciones profesionales de evaluación y se concretan 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 ejecutar las operaciones auxiliares a la venta en el almacén y punto de venta de un establecimiento comercial entorno a 500 m<sup>2</sup>, cumpliendo la normativa de comercio y de seguridad e higiene en almacenes y locales comerciales. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:



1. Elaborar el inventario de las existencias de varios productos en tienda y almacén, según unas pautas establecidas.
2. Recepcionar, física y administrativamente, un pedido tipo que le sea facilitado.
3. Completar la ubicación del pedido proporcionado en la zona que corresponda (almacén/punto de venta) según las pautas establecidas.
4. Efectuar operaciones de cobro en la venta de varios productos.

**Condiciones adicionales:**

- Se facilitarán procedimientos de trabajo que establezca pautas de gestión y ubicación de la mercancía e inventariado de la misma, así como de cobro en la venta de productos.
- Se le entregará la política de animación de punto de venta y planogramas de implantación.
- Se proporcionarán los medios, documentación y/o ayudas técnicas precisas para la realización de esta situación profesional de evaluación.
- Se dispondrá de diversos medios de cobro y pago.
- Se dispondrá de los equipos de trabajo habituales para el candidato en el desarrollo de la situación profesional prevista.
- Se asignará un periodo de tiempo parcial por cada actividad en función del que pueda emplear un profesional en la materia 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.**

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 número, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:





<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Inventario de las existencias de productos.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicación del método de inventario indicado.</li><li>- Detección de roturas de stock.</li><li>- Actuación y propuesta en caso de roturas de stock.</li><li>- Información al mando superior.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<i>Recepción física y administrativa de la mercancía.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Inspección visual del estado de la mercancía y detección de los defectos que presente.</li><li>- Comprobación de las cantidades según albarán y de las condiciones respecto a la orden de pedido.</li><li>- Comprobación de la aptitud de la mercancía para la venta.</li><li>- Identificación de los productos defectuosos o errores de entrega.</li><li>- Gestión de devoluciones.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Ubicación e implantación de la mercancía.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificación de la ubicación asignada al pedido dentro del almacén.</li><li>- Interpretación del sistema de almacenaje.</li><li>- Colocación física de la mercancía donde corresponda.</li><li>- Implantación en punto de venta según planograma.</li><li>- Animación del punto de venta según procedimientos.</li><li>- Actuación en base a las normas de seguridad e higiene aplicables.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Cobro en la venta de un producto.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Comprobación de la dotación de caja al comienzo.</li><li>- Cumplimiento del procedimiento de cobro facilitado.</li><li>- Ejecución de las comprobaciones de seguridad en el pago según distintos medios disponibles.</li><li>- Generación y control de la documentación necesaria en la gestión de cobro.</li><li>- Detección de desviaciones en el arqueo y cierre de caja.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio en todas las actividades.</i></p>
<i>Utilización de los equipos de trabajo y medios técnicos y/o documentales en la ejecución de las actividades a desarrollar</i>	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>



## Escala A

5	<i>Inspecciona visualmente el estado de la mercancía y detecta los defectos que presenta, comprueba las cantidades según albarán y las condiciones respecto a la orden de pedido, así como la aptitud de la mercancía para la venta, identificando los productos defectuosos o errores de entrega y gestiona su devolución.</i>
4	<i>Inspecciona visualmente el estado de la mercancía y detecta los defectos que presenta, comprueba las cantidades según albarán y las condiciones respecto a la orden de pedido, así como la aptitud de la mercancía para la venta, identificando los productos defectuosos o errores de entrega pero no gestiona las devoluciones.</i>
3	<i>Inspecciona visualmente el estado de la mercancía y detecta los defectos que presenta, comprueba las cantidades según albarán y las condiciones respecto a la orden de pedido, pero no comprueba la aptitud de la mercancía para la venta.</i>
2	<i>Inspecciona visualmente el estado de la mercancía y detecta algunos de los defectos que presenta, comprueba las cantidades según albarán pero no las condiciones respecto a la orden de pedido.</i>
1	<i>Inspecciona parcialmente el estado de la mercancía y detecta algunos de los defectos que presenta, comprueba las cantidades según albarán pero no las condiciones respecto a la orden de pedido.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.



## Escala B

5	<i>Identifica la ubicación asignada al pedido dentro del almacén, interpreta el sistema de almacenaje, coloca la mercancía físicamente donde corresponde y anima el punto de venta según los procedimientos, actuando en base a las normas de seguridad e higiene aplicables.</i>
4	<i>Identifica la ubicación asignada al pedido dentro del almacén, interpreta el sistema de almacenaje, coloca la mercancía físicamente donde corresponde y anima el punto de venta según los procedimientos aunque sin comprobar etiquetas y cartelería, actuando en base a las normas de seguridad e higiene aplicables.</i>
3	<i>Identifica aproximadamente la ubicación asignada al pedido dentro del almacén, interpreta con errores el sistema de almacenaje, coloca la mercancía en un lugar aproximado al correcto y anima el punto de venta según los procedimientos aunque sin comprobar etiquetas y cartelería, actuando en base a las normas de seguridad e higiene aplicables.</i>
2	<i>Identifica aproximadamente la ubicación asignada al pedido dentro del almacén, interpreta con errores el sistema de almacenaje, coloca la mercancía en un lugar aproximado al correcto, actuando en base a las normas de seguridad e higiene aplicables.</i>
1	<i>Identifica aproximadamente la ubicación asignada al pedido dentro del almacén, interpreta con errores el sistema de almacenaje, coloca la mercancía en un lugar aproximado al correcto, incumpliendo alguna de las normas de seguridad e higiene aplicables.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

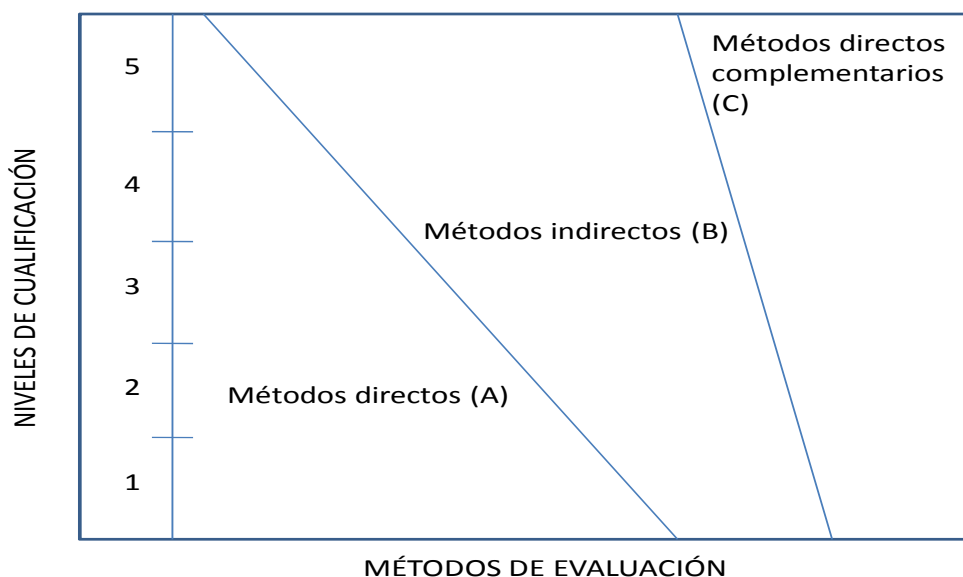
## 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 de la unidad de competencia, 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 de la UC. 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 no formal y no tenga experiencia en las operaciones auxiliares a la venta, 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 la UC, 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 las realizaciones profesionales 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/a 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) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de destrezas manuales, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización, cumpliéndose 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.

- h) En la situación profesional de evaluación deberá tener en consideración:
- La capacidad para solventar las roturas de stock detectadas y para la ejecución de acciones correctoras al respecto.



- La solvencia para inspeccionar el estado en el que se recibe la mercancía, comprobando que las cantidades coinciden con el albarán adjunto y que no hay discrepancias respecto a la orden de pedido entregada en un tiempo preestablecido.
  - La coordinación con el resto de compañeros en las actividades relacionadas con la ubicación de la mercancía en el almacén, en función de los criterios de almacenaje proporcionados.
  - El control de la documentación administrativa en la recepción de la mercancía.
  - La creatividad en la implantación del punto de venta respetando la política de animación.
  - La seguridad y control en la ejecución de la operación de cobro, cumpliendo la normativa de comercio en todos los casos.
- i) Para comprobar la competencia de respuesta a contingencias se podrá considerar una posible incidencia, que afecte al desarrollo de la situación profesional de evaluación, planteando situaciones en las que se encuentre con rotura de stocks, producto defectuoso, imposibilidad de ubicación de la mercancía, incumplimiento de normativa aplicable a pagos, u otros.



## GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario”**

*Transversal en las siguientes cualificaciones:*

COM085\_2 Actividades de venta.

COM087\_3 Atención al cliente, consumidor o usuario.

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE VENTA

**Código: COM085\_2**

**NIVEL: 2**



## 1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

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 de la UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

### 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 (UC 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 principales y secundarias que intervienen en la ejecución de las acciones propias del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

#### **1. Proporcionar la información solicitada por el cliente utilizando las fuentes y los medios disponibles, demostrando habilidades**



***comunicativas y respetando la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad.***

- 1.1 Saludar al cliente en los distintos canales de comunicación aplicando formulas de cortesía y protocolo y respetando normas internas.
  - 1.2 Solicitar los datos personales del cliente utilizando las herramientas de gestión de clientes para acceder a la información disponible del mismo.
  - 1.3 Recopilar la información suficiente del interlocutor que permita gestionar personalmente la petición o canalizarla al departamento correspondiente.
  - 1.4 Solicitar el tiempo preciso al interlocutor cuando no se conoce la respuesta correcta, evitando esperas innecesarias.
  - 1.5 Obtener la información que se ha de otorgar al interlocutor, recurriendo a las herramientas de soporte, al Servicio de Atención al cliente, al superior jerárquico o al departamento correspondiente.
  - 1.6 Asesorar al cliente en el ámbito de sus competencias y utilizando la información disponible a través de las herramientas de comunicación disponibles.
  - 1.7 Proporcionar la información al interlocutor facilitando la interpretación de la misma.
- Desarrollar las actividades demostrando habilidades en comunicación y respetando la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad.

***2. Gestionar la información en el sistema informático de atención al cliente, registrando la información asociada al servicio, actualizando las bases de datos disponibles y asegurando la permanencia de la información, de acuerdo con las especificaciones recibidas.***

- 2.1 Cumplimentar los formularios de registro de entrada de información con las características esenciales de la consulta.
  - 2.2 Registrar las comunicaciones utilizando las herramientas de que se disponga.
  - 2.3 Organizar correctamente las consultas y peticiones que se registran, aplicando las técnicas de archivo y criterios establecidos.
  - 2.4 Verificar el sistema de información comprobando que cumple con los requerimientos informativos establecidos.
  - 2.5 Concretar las actuaciones de gestión del sistema de información, trabajando en equipo, colaborando y/o cumpliendo las órdenes.
  - 2.6 Ejecutar los métodos de búsqueda y consulta, utilizando medios internos y externos.
  - 2.7 Actualizar las bases de datos de la empresa respetando la normativa interna y la legislación aplicable.
  - 2.8 Asegurar la permanencia de la información mediante la realización de copias de seguridad, respetando la normativa aplicable.
- Desarrollar las actividades de acuerdo con las especificaciones recibidas.

***3. Participar en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado, detectando los posibles fallos, presentando propuestas de mejora, trabajando en equipo y cumpliendo las órdenes.***

- 3.1 Comunicar los defectos detectados en productos/servicios, teniendo en cuenta el departamento oportuno.





- 3.2 Comparar la información registrada con las necesidades de los clientes, detectando posibles modificaciones en el nivel de servicio prestado.
  - 3.3 Informar acerca de la satisfacción de los clientes y sus necesidades, proponiendo medidas para optimizar la calidad del servicio.
- Desarrollar las actividades trabajando en equipo y cumpliendo las órdenes.

## **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 las realizaciones profesionales de la UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

### **1. Proporción de la información solicitada por el cliente utilizando las fuentes y los medios disponibles.**

- Habilidades comunicativas:
  - Escucha activa.
  - Feed back.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- Modelos de comunicación comercial.
- Comunicación escrita:
  - Correo electrónico.
  - Mensajería instantánea.
  - Correo postal.
- Expresión verbal/no verbal. Reglas de comunicación telefónica.
- Normativa de seguridad y confidencialidad.
- Uso de herramientas de comunicación:
  - El teléfono y su uso.
  - La centralita.
  - Uso del listín telefónico.
  - Normas para hablar correctamente por teléfono.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - Navegadores de internet.
  - Procesadores de texto.
  - Herramientas de gestión de clientes (CRM).

### **2. Gestión de la información en el sistema informático de atención al cliente, registrando la información asociada al servicio, actualizando las bases de datos disponibles y asegurando la permanencia de la información.**

- Tratamiento de la información:
  - Técnicas de archivo.
  - Elaboración y uso de ficheros.
  - Procedimientos de transmisión de información.
  - Conservación de la información.
  - Elaboración de informes.



- Utilización de la Bases de datos como herramientas de gestión en la atención y relación con el cliente:
  - Estructura y funciones.
  - Tipos.
  - Procedimientos: de búsqueda y recuperación de información / de grabación y borrado de datos y archivos / de consulta / de protección de datos / de impresión.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - Navegadores de internet.
  - Procesadores de texto.
  - Herramientas de gestión de clientes (CRM).

### **3. Participación en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado, detectando los posibles fallos, presentando propuestas de mejora.**

- Comunicación interdepartamental.
- Importancia y objeto de la calidad.
- Calidad en el producto y/o servicio prestado.
- Proceso y elementos de control.
- Métodos de evaluación de la calidad.
- Medidas correctoras.
- Aplicaciones informáticas:
  - De correo electrónico.
  - De presentación.
  - De gestión de clientes.

### **Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.**

- Proceso de transmisión y recepción de información en la comunicación:
  - Recepción.
  - Acogida.
  - Identificación.
  - Gestión.
  - Despedida.
- Normativa general sobre comercio y su documentación: Derechos de los consumidores.
- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).
- Herramientas de gestión y/o informáticas para la entrada, mantenimiento y estudio de información comercial.

### **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:

1. En relación con la empresa deberá:
  - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa.
  - 1.2 Ser flexible para afrontar diferentes situaciones de trabajo y sus cambios.



- 1.3 Tener capacidad para gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas.
2. En relación con los compañeros deberá:
  - 2.1 Coordinarse y colaborar con miembros del equipo de trabajo.
  - 2.2 Tener capacidad de comunicarse de forma horizontal y vertical con los compañeros y otros departamentos.
  - 2.3 Saber escuchar y comunicar mejoras y dificultades valorando las aportaciones realizadas.
  - 2.4 Gestionar la información de forma idónea y eficiente.
3. En relación con el cliente deberá:
  - 3.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa, respetando los canales establecidos en la organización.
  - 3.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con las personas.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá :
  - 4.1 Tener capacidad de autocrítica.
  - 4.2 Ser proactivo.
  - 4.3 Disponer de creatividad en la propuesta de medidas en beneficio de la calidad de la empresa.

## **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 de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

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 de la “UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario”, 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 ejecutar las acciones de atención a un cliente/usuario de un servicio genérico de consumo, que contacta a través de canal presencial o telefónico, planteando dudas sobre un servicio contratado, atendiendo al cliente, haciendo uso de la documentación requerida, solventando sus dudas o derivándolas al departamento correspondiente, mientras realiza el registro de las comunicaciones y actualiza la ficha del cliente en la base de datos según el procedimiento proporcionado para ello, cumpliendo la normativa aplicable de seguridad y confidencialidad, y el procedimiento de evaluación de calidad del servicio prestado. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Atender a un cliente/usuario que contacta solicitando información sobre un servicio contratado.
2. Gestionar la petición planteada por el cliente.
3. Registrar la comunicación actualizando la base de datos.
4. Aplicar el procedimiento de calidad a través de registros.

#### ***Condiciones adicionales:***

- Se facilitará un procedimiento de atención a clientes según los establecidos en una organización tipo.
- Se proporcionarán herramientas de comunicación telefónica.
- Se proporcionará una base de datos de clientes/usuarios del servicio en la que algunos de ellos tengan registros de actuaciones o comunicaciones anteriores.
- Se dispondrá de los medios, documentación y/o ayudas técnicas precisas para la realización de esta situación profesional de evaluación.
- Se comprobará su capacidad para utilizar las herramientas de soporte de atención al cliente facilitadas y la respuesta a determinadas contingencias que se planteen durante el proceso de atención al cliente.

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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por



tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente:



<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Acogida del cliente.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Saludo inicial aplicando fórmulas de cortesía y protocolo.</li><li>- Solicitud de los datos personales del cliente.</li><li>- Obtención de la información necesaria para gestionar la petición del cliente.</li><li>- Respeto de normativa aplicable.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Gestión de la petición del cliente.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Obtención de la información para facilitar al interlocutor.</li><li>- Utilización de la información necesaria de entre la disponible.</li><li>- Apoyo al cliente en la interpretación de la información.</li><li>- Utilización de los medios e información entregados.</li><li>- Tramitación de la consulta hacia otro departamento si fuese necesario.</li><li>- Aplicación de los procedimientos internos.</li><li>- Comunicación de la información obtenida al cliente.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Registro y organización de la información.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Registro de las comunicaciones mediante los formularios entregados.</li><li>- Organización de las consultas y peticiones registradas.</li><li>- Actualización de las bases de datos.</li><li>- Salvado de la copia de seguridad.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Proceso de Gestión de la calidad.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicación de los procedimientos de calidad.</li><li>- Cumplimiento de los registros establecidos.</li><li>- Comunicación de defectos detectados.</li><li>- Propuesta de medidas de mejora.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>

## Escala A

4	<i>Obtiene la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando correctamente los medios e información entregados, y la comunica al cliente facilitando su interpretación sin necesidad de consultar con otro departamento, cumpliendo el procedimiento interno establecido.</i>
3	<i>Obtiene parcialmente la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando correctamente los medios e información entregados, y la comunica al cliente facilitando su interpretación, derivando el resto de la consulta hacia otro departamento según procedimiento interno establecido.</i>
2	<i>Obtiene parcialmente la información que se debe facilitar al interlocutor, utilizando algunos de los medios e información entregados, y la comunica al cliente aunque sin facilitar su interpretación, derivando la consulta hacia otro departamento sin cumplir el procedimiento interno establecido.</i>
1	<i>No obtiene la información que se debe facilitar al interlocutor, no utiliza los medios e información entregados y deriva la consulta hacia otro departamento.</i>

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

## Escala B

5	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas actualizando las bases de datos de la organización y generando la correspondiente copia de seguridad.</i>
4	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas actualizando las bases de datos de la organización pero no genera copia de seguridad.</i>
3	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados, organiza las consultas y peticiones registradas pero no actualiza todos los datos del cliente en las bases de datos de la organización.</i>
2	<i>Registra las comunicaciones cumplimentando los formularios entregados pero no organiza correctamente las consultas y peticiones registradas.</i>
1	<i>Registra incorrectamente las comunicaciones sin cumplimentar totalmente los formularios entregados.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.



## 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

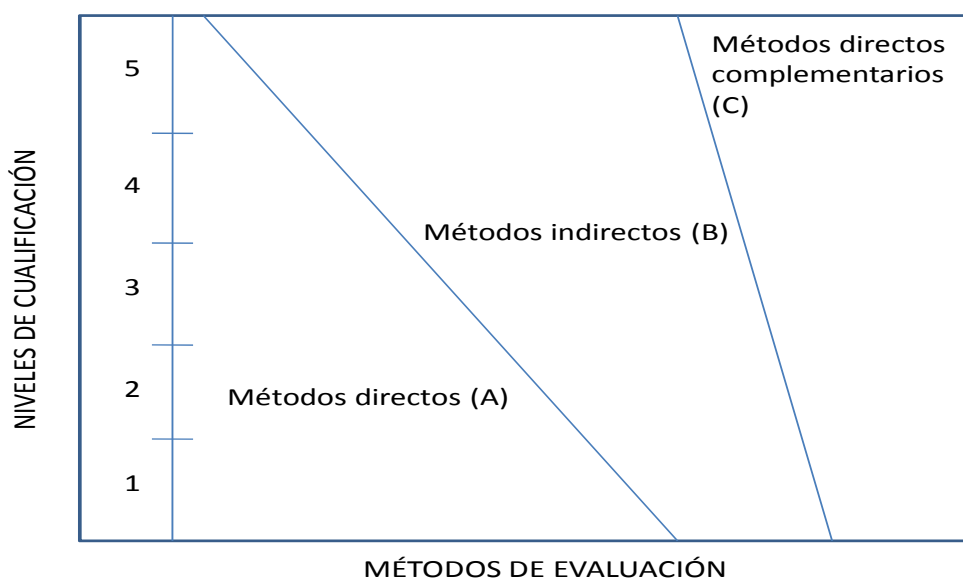
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 de la UC. 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 no formal y no tenga experiencia en la ejecución de acciones del servicio de atención al cliente, consumidor u usuario, 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 la UC, 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 las realizaciones profesionales 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/a 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) 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.

- g) En el desarrollo de la situación profesional de evaluación se deberá tener en consideración:
1. La demostración de habilidades comunicativas en la atención realizada.
  2. La seguridad y destreza del candidato en obtener la información demandada.
  3. La capacidad de derivar las consultas al departamento adecuado en la organización.
  4. La capacidad para atender situaciones de conflicto en las que el cliente plantea su problema de forma hostil y con faltas de respeto.
  5. El cumplimiento de la normativa interna y la legislación aplicable.
  6. Propuesta de medidas de mejora en la calidad del servicio.



## GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales”**

*Transversal en las siguientes cualificaciones:*

- COM085\_2 Actividades de venta.
- COM087\_3 Atención al cliente, consumidor o usuario.
- COM314\_3 Gestión comercial de ventas.
- COM650\_3 Gestión comercial inmobiliaria.
- COM652\_3 Gestión de marketing y comunicación.



## 1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

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 de la UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

### 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 (UC 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 principales y secundarias que intervienen en la comunicación con un nivel de usuario independiente en lengua inglesa, en la realización de actividades comerciales, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

#### **1. *Determinar las necesidades de los clientes interpretando la información oral recibida, en lengua inglesa, en la actividad comercial.***



- 1.1 Interpretar las necesidades del cliente a partir de la información recibida durante conversaciones en lenguaje estándar.
- 1.2 Identificar los detalles relevantes de la información recibida para satisfacer al cliente, solicitando las aclaraciones necesarias para su comprensión.
- 1.3 Interpretar las instrucciones orales de uso de los productos/servicios en lenguaje estándar.
- 1.4 Atender las reclamaciones comerciales recibidas oralmente interpretando la información obtenida, canalizando su resolución al nivel de responsabilidad correspondiente.

- Estas actividades se desarrollarán en lengua inglesa.

**2. Obtener la información técnica requerida en la actividad comercial, interpretando los textos y terminología incluida en lengua inglesa, consultando las fuentes necesarias.**

- 2.1 Comprender toda la información incluida en la documentación comercial básica, utilizando el diccionario si es necesario.
- 2.2 Entender los textos de la documentación técnica y uso de los productos/servicios así como los de normativa de comercio, consultando las fuentes necesarias.
- 2.3 Extraer el argumento y puntos críticos en textos y correspondencia comercial tras una lectura rápida.
- 2.4 Interpretar la información de los argumentarios tipo de venta y atención al cliente, utilizando el diccionario si es necesario.

- Estas actividades se desarrollarán en lengua inglesa.

**3. Transmitir oralmente mensajes unidireccionales, en inglés, adaptados al canal de comunicación y al destinatario durante el desarrollo de actividades comerciales.**

- 3.1 Elaborar mensajes orales que respondan a las necesidades del cliente, atendiendo a la forma de expresión.
- 3.2 Adecuar el discurso oral al contexto de comunicación y al destinatario en función de las características socioculturales del cliente, aplicando normas de cortesía.
- 3.3 Adaptar los mensajes orales al canal de comunicación, asegurando su correcta transmisión.
- 3.4 Emplear recursos lingüísticos en los argumentos utilizados en las situaciones profesionales de venta y/o reclamación, prestando atención a la intención del mensaje.

- Estas actividades se desarrollarán en lengua inglesa.

**4. Redactar las comunicaciones escritas y la documentación comercial básica, en inglés, conforme al canal de comunicación y tipo de documento que se maneja.**

- 4.1 Identificar la terminología de la documentación comercial básica, ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica, y utilizando las herramientas necesarias.



- 4.2 Cumplimentar la documentación básica empleada en las relaciones comerciales con clientes conforme a las características del documento y utilizando lenguaje estándar.
  - 4.3 Redactar las comunicaciones escritas de acuerdo al registro y usos del canal de comunicación utilizado.
  - 4.4 Utilizar lenguaje abreviado en las comunicaciones escritas agilizando la relación con el cliente.
- Estas actividades se desarrollarán en lengua inglesa.

**5. *Conversar con los clientes en diferentes situaciones comerciales, utilizando la lengua inglesa, manejando los recursos lingüísticos y de expresión no verbal en cada situación.***

- 5.1 Desenvolverse con soltura en entrevistas con clientes, solicitando la información necesaria para su comprensión.
  - 5.2 Desarrollar conversaciones informales con el interlocutor, favoreciendo su participación.
  - 5.3 Manejar los recursos lingüísticos y técnicos necesarios en contextos profesionales de reclamaciones, contrastando la información e improvisando las preguntas correspondientes.
  - 5.4 Utilizar los diferentes mecanismos de expresión no verbal en las comunicaciones orales presenciales con los clientes, ajustándose a sus condiciones socioculturales y asegurando la correcta interpretación de los mensajes.
- Estas actividades se desarrollarán en lengua inglesa.

**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 las realizaciones profesionales de la UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las actividades comerciales.

**1. *Determinación de las necesidades de los clientes interpretando la información oral recibida, en lengua inglesa, en la actividad comercial.***

- Técnicas para la detección de necesidades en clientes.
- Mecanismos para el tratamiento de objeciones del cliente.
- Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta presencial y/o telefónica, en lengua inglesa.
- Catálogo de productos/servicios.
- Argumentos de venta, en lengua inglesa.

**2. *Obtención de la información técnica requerida en la actividad comercial, interpretando los textos y terminología incluida en lengua inglesa.***

- Terminología habitual, en lengua inglesa, en la documentación comercial básica.
- Cumplimentación de la documentación comercial, en lengua inglesa.



- Fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación, en lengua inglesa en actividades comerciales.
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico, en lengua inglesa en actividades comerciales.

**3. Transmisión oral de mensajes unidireccionales, en inglés, adaptados al canal de comunicación y al destinatario durante el desarrollo de actividades comerciales.**

- Destinatarios o clientes tipo en función del producto/servicio.

**4. Redacción de las comunicaciones escritas y la documentación comercial básica, en inglés.**

- Fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación en actividades comerciales.
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en actividades comerciales, en lengua inglesa.
- Correspondencia comercial, en lengua inglesa:
  - Elaboración de cartas de reclamación, respuesta a las reclamaciones, solicitud de aplazamientos y sus respuestas.
  - Redacción de cartas relacionadas con impagos y desacuerdos.
- Elaboración de informes y presentaciones comerciales, en lengua inglesa.
- Aplicaciones informáticas:
  - Redes sociales.

**5. Conversación con los clientes en diferentes situaciones comerciales, utilizando la lengua inglesa, manejando los recursos lingüísticos y de expresión no verbal en cada situación.**

- Entorno profesional de una entrevista con clientes.
- Uso del lenguaje corporal y la comunicación no verbal en actividades comerciales.

**Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.**

- Características de productos/servicios, valor añadido, diferenciación, condiciones de pago y postventa.
- Adaptación al canal de comunicación presencial en lengua inglesa y en actividades comerciales
- Tratamiento de reclamaciones de clientes, utilizando la lengua inglesa.
- Normas de cortesía y cultura estándar en actividades comerciales.
- Recursos lingüísticos en lengua inglesa y en actividades comerciales.
- Usos habituales en actividades comerciales, en la comunicación escrita según el canal de comunicación.
- Estilos formal e informal en la comunicación comercial, utilizando la lengua inglesa.
- Normativa aplicable en actividades comerciales.
- Aplicaciones informáticas:
  - Traductores inglés-español y español-inglés.
  - Herramienta de gestión de clientes (CRM).
  - Aplicaciones informáticas:
  - Correo electrónico.





- Navegador Internet.
- Procesador de textos.



### **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:

1. En relación con la empresa deberá:
  - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa así como por el conocimiento de la organización y sus procesos.
  - 1.2 Comprometerse y respetar los parámetros identificativos de empresa a través de la muestra de la imagen, valores y política de actuación.
  - 1.3 Gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas.
  - 1.4 Gestionar la información utilizando la lengua inglesa, de forma adecuada y eficiente.
  - 1.5 Adaptarse con habilidad durante la ejecución de la tarea encomendada.
  
2. En relación con el cliente deberá:
  - 2.1 Comunicarse eficazmente utilizando la lengua inglesa, de forma clara y concisa respetando los canales establecidos en la organización.
  - 2.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con el cliente, utilizando la lengua inglesa.
  - 2.3 Ser capaz de causar buena impresión en los otros y mantenerla en el tiempo.
  - 2.4 Tener capacidad de persuasión utilizando la lengua inglesa y la comunicación no verbal y el lenguaje corporal.
  - 2.5 Orientarse al cliente, demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria, utilizando la lengua inglesa.
  
3. En relación con la actitud personal deberá:
  - 3.1 Mantener una actitud laboral positiva y de seguridad en situaciones de decepción y/o rechazo ante posibles críticas.
  - 3.2 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora.
  - 3.3 Plantear y argumentar de forma lógica y razonable sobre las situaciones dadas, utilizando la lengua inglesa.
  - 3.4 Tener capacidad para aplicar metodologías analíticas de ventajas/desventajas en su trabajo habitual.

### **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 de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la



práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

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 de la “UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales”, 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 desarrollar una actuación comercial de carácter presencial para la tramitación de un cambio en la venta de un producto/servicio de gran consumo a un cliente/usuario, atendiendo y determinando sus necesidades, presentando un producto sustitutivo al de su primera compra que le satisfaga, respondiendo a las objeciones planteadas por el cliente mientras cumplimenta la documentación comercial necesaria, utilizando los recursos lingüísticos y la expresión no verbal adecuadas en cada situación, desarrollando toda la actuación comercial en lengua inglesa. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Atender y determinar las necesidades comerciales de un cliente.
2. Presentar un producto/servicio sustitutivo para la venta.
3. Tramitar la documentación comercial.

#### **Condiciones adicionales:**

- Se desarrollará toda la situación profesional de evaluación en lengua inglesa, para ello se dispondrá de un cliente que utilizará el inglés como única lengua vehicular.
- Dispondrá del procedimiento y documentación necesaria para la tramitación de la compra y/o devolución del producto/servicio, en lengua inglesa.
- Se proporcionará la información necesaria en lengua inglesa para argumentar su venta: la documentación técnica en el caso de productos y las características principales en el caso de servicios.



- Se comprobará su capacidad para responder de forma rápida a las objeciones planteadas por el cliente, en lengua inglesa.
- Se valorará la posibilidad de facilitar las ayudas y medios habitualmente disponibles para un profesional en su entorno de trabajo: diccionarios, traductores, manuales u otros.
- Se asignará un tiempo para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en la actividad de cumplimentación de la documentación comercial.

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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Atención de las necesidades del cliente, utilizando la lengua inglesa.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fluidez en el uso de la lengua inglesa.</li><li>- Atención al cliente, entrevistándolo con soltura e improvisando las preguntas oportunas.</li><li>- Solicitud de las aclaraciones necesarias para la comprensión de las causas de la devolución.</li><li>- Interpretación de las necesidades del cliente a partir de la conversación mantenida.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Presentación un producto o servicio, utilizando la lengua inglesa.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fluidez en el uso de la lengua inglesa.</li><li>- Asesoramiento al cliente sobre las características técnicas y ventajas de un producto o servicio que comercializa utilizando la información facilitada.</li><li>- Desarrollo de una conversación fluida e informal con el cliente favoreciendo su participación.</li><li>- Resolución de objeciones planteadas por el cliente utilizando los recursos lingüísticos y técnicos.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

<i>Tramitación de la documentación comercial, utilizando la lengua inglesa.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fluidez en el uso de la lengua inglesa.</li><li>- Cumplimentación de la documentación comercial básica necesaria conforme a las características del documento.</li><li>- Redacción adecuada de la información aportada en la documentación.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Adaptación del discurso y los mensajes en la actividad comercial a las características socioculturales del cliente, aplicando normas de cortesía.</i>	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>

### Escala A

4	<i>Atiende al cliente utilizando la lengua inglesa, entrevistándolo con soltura e improvisando las preguntas oportunas, solicita las aclaraciones necesarias para la comprensión de las causas de la devolución e interpreta las necesidades del cliente a partir de la conversación mantenida.</i>
3	<i>Atiende al cliente utilizando la lengua inglesa, entrevistándolo con cierta soltura, solicita algunas aclaraciones necesarias para la comprensión de las causas de la devolución e identifica las principales necesidades del cliente a partir de la conversación mantenida.</i>
2	<i>Atiende al cliente utilizando la lengua inglesa, solicitando algunas aclaraciones necesarias para la comprensión de las causas de la devolución e identifica algunas necesidades del cliente.</i>
1	<i>Atiende al cliente sin utilizar la lengua inglesa y no identifica sus necesidades.</i>

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



## Escala B

4	<i>Asesora al cliente utilizando la lengua inglesa, sobre las características técnicas y ventajas de un producto o servicio que comercializa utilizando la información facilitada, desarrollando una conversación fluida e informal, favorece su participación y resuelve las objeciones planteadas utilizando los recursos lingüísticos y técnicos necesarios.</i>
3	<i>Asesora al cliente, utilizando la lengua inglesa, sobre las características técnicas y ventajas de un producto o servicio que comercializa utilizando la información facilitada, resuelve las objeciones planteadas y utiliza diversos recursos lingüísticos y técnicos.</i>
2	<i>Asesora al cliente sobre algunas características técnicas y ventajas de un producto o servicio que comercializa utilizando parcialmente la lengua inglesa y la información facilitada, intenta resolver todas las objeciones planteadas utilizando algunos recursos lingüísticos y técnicos.</i>
1	<i>Asesora al cliente sobre algunas características técnicas y ventajas de un producto o servicio que comercializa, utilizando la lengua inglesa parcialmente y sin ser capaz de resolver las objeciones planteadas.</i>

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

## 2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA 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 de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

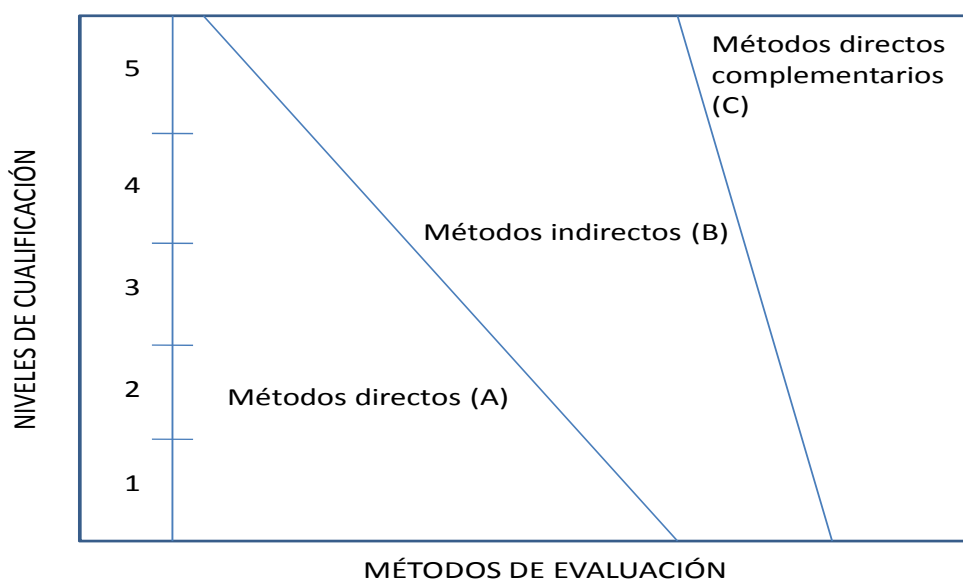
### 2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

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:

- 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 de la UC. 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 no formal y no tenga experiencia en actividades comerciales utilizando lengua inglesa, 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 la UC, 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 las realizaciones profesionales 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/a 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) En esta Unidad de Competencia se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba





práctica, en inglés, que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización.

- 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.

- h) En la situación profesional de evaluación se deberá tener en consideración:
1. La capacidad para comprender toda la información y documentación en lengua inglesa que se facilita.
  2. La seguridad y control demostrado en la tramitación de la documentación comercial.
  3. La destreza para transformar una devolución en un cambio para no perder la venta inicial.
  4. El grado de utilización de diccionarios y demás herramientas de traducción.



## 5. La utilización adecuada de recursos y expresiones no verbales.

- i) Para comprobar la competencia de respuesta a contingencias se podrá considerar una posible incidencia que afecte al desarrollo de la situación profesional de evaluación: actitud hostil del cliente, cambio constante de la opinión del cliente, omitir algún documento en la entrega inicial de información.
- j) El nivel de inglés necesario para demostrar la competencia requerida deberá ajustarse a los requerimientos de la situación profesional de evaluación



## GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE VENTA

**Albarán:** Documento que acredita la entrega de un producto o la prestación de un servicio.

**Almacén:** Lugar físico para el depósito de mercancías a la espera de ser transferidas al siguiente eslabón de la cadena de suministro.

**Animación:** Conjunto de acciones de promoción y dinamización del comercio destinadas a atraer a los consumidores e impulsar la venta.

**Argumentario de venta:** Herramienta de uso particular del vendedor y que le ayuda de forma determinante en la entrevista de ventas ante el cliente.

**Bases de datos:** Conjunto de datos almacenados en ficheros informatizados, a los que se puede acceder con gran rapidez para actualizar, modificar, consultar o analizar su contenido.

**Canal de comunicación:** Medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor.

**Canales de comercialización:** Conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un producto o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

**Cartelería:** Láminas de papel, cartón u otro material que sirven para anunciar o dar información sobre algo o algún producto o servicio destinado a la venta.

**Cartera de clientes:** Conjunto de compradores que los vendedores de una empresa tienen dentro de un área de venta y con los que interesa mantener un contacto.

**Catálogos:** Relación ordenada de productos o servicios pertenecientes al mismo conjunto, que por su número y/o características precisan de esa catalogación.

**Cheque:** Documento de valor en el que la persona que es autorizada para extraer dinero de una cuenta (por ejemplo, el titular), extiende a otra persona una autorización para retirar una determinada cantidad de dinero de su cuenta, prescindiendo de la presencia del titular de la cuenta bancaria.



**Cierre de venta:** Parte final del proceso de una transacción que termina cuando el vendedor hace tomar una decisión positiva al cliente en la adquisición de un producto o servicio.

**Cliente potencial:** Aquella persona que reuniendo todas las características para el consumo de nuestro producto o servicio todavía no lo ha consumido.

**Cliente real:** Aquella persona que ya ha comprado y/o utilizado nuestros productos o servicios.

**Cientes prescriptores:** Aquellas personas prestigiosas que pueden influir positivamente con su opinión sobre el resto de clientes a quienes queremos ofertar nuestros productos o servicios.

**Compraventa:** Comercio entre personas por el que una de ellas se obliga a entregar una cosa determinada y la otra a pagar un precio por la misma.

**Condiciones del contrato:** Cláusulas que regulan estos documentos previendo todos los aspectos de la relación entre uno y otros.

**Condición sociocultural:** Estado o circunstancia en que se encuentra una persona en relación a aspectos como: comunicación, etnicidad, clases sociales, estructuras de pensamiento, género, nacionalidad u otros.

**Contra reembolso:** Cobro de una venta a distancia a la entrega de la mercancía, sin necesidad de solicitar número de tarjeta o de cuenta a los clientes.

**Copias de seguridad:** Reproducción de ficheros o datos o cualquier tipo de información de forma que estén disponibles en caso de que un fallo produzca la pérdida de los originales.

**Customer Relationship Management (CRM):** Estrategia de negocio basada principalmente en la satisfacción de los clientes y sistemas informáticos que la dan soporte.

**DAFO:** Metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

**Descuentos:** Reducción del precio de lista que los fabricantes ofrecen a mayoristas y/o detallistas en recompensa o pago por ciertas funciones que realizarán, por ejemplo: almacenaje, promoción y venta.



**Divisas:** Toda la moneda utilizada en una región o país ajeno a su lugar de origen y que fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial.

**Domiciliación bancaria:** Autorización de un pago o un cobro con cargo o abono a una cuenta existente en una entidad bancaria.

**Electronic Data Interchange (EDI):** Transmisión estandarizada de datos entre organizaciones por medios electrónicos.

**Embalaje:** Recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

**Escucha activa:** Técnica de comunicación que consiste en percibir y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla.

**Estilo asertivo:** Comportamiento comunicacional maduro en el cual la persona no agrade ni se somete a la voluntad de otras personas, sino que manifiesta sus convicciones y defiende sus derechos.

**Estrategia de venta:** Conjunto de acciones planificadas que se diseñan para alcanzar los objetivos de venta. Suele incluir los objetivos de cada vendedor, el material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, semana o mes, el presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, el tiempo a dedicar a cada producto, la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del producto), u otros.

**Etiquetas:** Señal, marca o marbete que se adhiere a un producto u objeto para su identificación clasificación o valoración.

**European Article Number (EAN):** Codificación utilizada para la identificación de todo tipo de mercancía y bultos en cualquiera de sus formatos de embalaje o transporte garantizando la trazabilidad y seguimiento del producto.

**Expositores:** Mueble en el que se exhiben productos destinados a la venta, o material promocional como folletos, catálogos o pequeñas revistas disponibles para el cliente.

**Feed Back:** Retroalimentación, proceso de compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para intentar mejorar el funcionamiento de una organización o de cualquier grupo formado por seres humanos. Es pluridireccional.



**Fichero de clientes:** Soporte en el que se encuentran almacenados o registrados los datos de clientes en relación comercial y que nos permite el acceso a los mismos con arreglo a unos criterios determinados.

**Fórmula de cortesía:** Pequeñas frases hechas utilizadas muy a menudo en nuestra vida diaria que pueden ir acompañadas en algunos casos por gestos como una sonrisa, una leve inclinación de cabeza, un saludo con la palma de la mano u otros.

**Formulario:** Plantilla o página con espacios vacíos que han de ser rellenados con alguna finalidad en este caso comercial.

**Gestión de almacén:** Proceso de la función logística que trata la recepción, almacenamiento y movimiento de cualquier material, (materias primas, semielaborados, terminados), dentro de un mismo almacén, hasta el punto de consumo así como el tratamiento e información de los datos generados.

**Habilidades comunicativas:** Niveles de competencias y destrezas que adquieren los individuos por la sistematización de determinadas acciones a través de las experiencias y la educación que obtienen en el transcurso de sus vidas que les permiten el desempeño y la regulación de la actividad comunicativa.

**Imagen Corporativa:** Concepto generalmente aceptado de lo que una compañía significa. Se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto.

**Implantación de productos:** Adecuación en que los artículos se disponen a lo largo de la superficie de ventas, teniendo en cuenta la naturaleza de los mismos, los elementos estructurales del local y los criterios comerciales.

**Incidencias:** Acontecimiento no previsto que sobreviene en la ejecución de un servicio.

**Inventario:** Recuento, comprobación y registro de las mercancías existentes en un determinado momento de tiempo.

**Línea de pedido:** Conjunto de datos referentes a la solicitud de una mercancía en la que figurarán todos los parámetros relativos a la misma como pueden ser: código, descripción, nº de unidades, precio unitario.

**Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), 15/1999 de 13 de diciembre:** Ley Orgánica española que tiene por objeto garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor, intimidad y privacidad personal y familiar.



**Lotes:** Conjunto de cosas que tienen unas características comunes y que se agrupan con un fin determinado.

**Marca blanca:** Distintivo perteneciente a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado, pero también de gran distribución especializada) con la que se venden productos de distintos fabricantes. También llamada marca del distribuidor o marca genérica.

**Márgenes:** Ganancia, utilidad que se espera obtener calculada por la diferencia entre el precio de compra y el de venta.

**Mercancía:** Todo bien que es objeto de compra y venta.

**Operación de cobro:** Proceso o transacción realizada por el vendedor para percibir la cantidad adeudada de un comprador que adquiere un producto o servicio.

**Orden de Pedido:** Solicitud escrita hecha por un vendedor, por determinados artículos a un precio convenido.

**Pagaré:** Documento que contiene la promesa incondicional de una persona (denominada suscriptora), de que pagará a una segunda persona (llamada beneficiaria o tenedora), una suma determinada de dinero en un determinado plazo de tiempo.

**Parámetro comercial:** Valor o dato fijo que se considera en la ejecución de una actividad comercial.

**Pedido:** Encargo de mercancías o materiales que se hace a un fabricante o a un vendedor.

**Plan de actuación comercial:** Guía que brinda un marco y estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto comercial, que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas.

**Plan de fidelización:** Estrategia utilizada por la empresa con el objetivo de mantener sus clientes activos y, si es posible, aumentar la cifra de negocio.

**Plan de visitas:** Programación que detalla los contactos comerciales que se han de llevar a cabo y su tiempo de ejecución.

**Planograma:** Representación gráfica del acomodo de mercancías o productos en un área específica de un establecimiento comercial que puede ser una góndola, un exhibidor o un espacio seleccionado.



**Procedimiento de calidad:** Acercamiento organizativo al progreso continuo en el área de la eliminación de defectos.

**Producto gancho:** Artículo que se ofrece rebajado de precio, para estimular su propia venta o para atraer la compra de otros productos.

**Productos:** Cualquier artículo que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

**Prospección:** Estudio de las posibilidades futuras de un negocio teniendo en cuenta los datos de que se dispone: hacer una prospección en el mercado para evaluar una futura venta.

**Protocolo:** Conjunto de acciones, procedimientos y formas de actuar establecida y predeterminadas que favorecen la venta.

**Proveedor:** Empresa que abastece de productos necesarios a una persona, grandes grupos, asociaciones, comunidades u otros.

**Reaprovisionamiento:** Hecho de volver a obtener provisiones (bienes y servicios) para una necesidad determinada.

**Recargos:** Cantidad de dinero que se aumenta al pago de un impuesto, cuota o deuda, generalmente por retrasarse en el pago (o por otros motivos).

**Recepción administrativa:** Gestión documental y/o de la información de entrada de la mercancía física admitida.

**Recepción física:** Proceso mediante el cual se recibe y da entrada al almacén a productos procedentes de fábricas y almacenes.

**Reclamación:** Expresar una queja o disconformidad ante un producto adquirido o servicio recibido.

**Recurso lingüístico:** Medios de los que disponemos en el lenguaje para expresar o redactar que queremos comunicar.

**Registrar:** Recoger y guardar la información de forma que pueda ser utilizarla con posterioridad.

**Registro:** Asiento o anotación que queda de lo que se receptiona.

**Rotura de stock:** Situación producida por la falta de existencias en el almacén para cubrir una demanda.





**Segmentación de mercado:** Proceso por el que los clientes se dividen en subconjuntos que presentan similares características y necesidades.

**Seguimiento de postventa:** Esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida.

**Servicios:** Actividad orientada a responder a las necesidades de un cliente.

**Sistemas de pago:** Conjunto de instrumentos, procesos y canales de transferencia de fondos entre los distintos individuos de una economía, necesario para el desarrollo de la actividad económica.

**Técnica de refutación:** Procedimiento que tiene como objetivo la acción de contradecir, impugnar con argumentos o razones lo que otros dicen.

**Técnicas de archivo:** Procedimientos para organizar y clasificar la información registrada.

**Terminal Punto de Venta (TPV):** Hace referencia al dispositivo y tecnologías que ayudan en las tareas de gestión de un establecimiento comercial de venta al público.

**Transferencia bancaria:** Modo de mover dinero de una cuenta bancaria a otra. Es una manera de traspasar fondos entre cuentas bancarias sin sacar físicamente el dinero.

**Usuario:** Persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público, privado, empresarial o profesional.

**Venta:** Actividad fundamental comercial donde se realiza la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero y el vendedor hace lo necesario para que esta reunión sea exitosa.



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE



FONDO SOCIAL EUROPEO  
El FSE invierte en tu futuro

SECRETARÍA DE ESTADO DE  
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL  
Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL  
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS CUALIFICACIONES

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE VENTA

Código: COM085\_2

NIVEL: 2



**Albarán:** nota de entrega que firma la persona que recibe una mercancía.

**Almacén:** edificio o local donde se depositan géneros de cualquier especie, generalmente mercancías.

**Aprovisionamiento:** proceso de obtención de los materiales necesarios para el desarrollo de la actividad de la compañía, basándose en un análisis de las necesidades y existencias, teniendo en cuenta el precio de compra y el plazo de entrega.

**Argumentario de ventas:** colección escrita de las situaciones de venta más frecuentes, dificultadoras de la transacción que pretende el vendedor y de las listas de respuestas y consejos que se consideran más eficaces para disolver su negatividad.

**Arqueo de caja:** recuento o verificación de las existencias en efectivo y de los documentos que forman parte del saldo de la cuenta, a una fecha determinada.

**Banner:** espacio publicitario insertado en una página de internet.

**Base de datos:** conjunto de datos almacenados en ficheros informatizados, a los que se puede acceder con gran rapidez para actualizar, modificar, consultar o analizar su contenido.

**Blog:** o también *bitácora web*, es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor, contenidos de su interés.

**Canales de comercialización:** medio por el que una empresa facilita la circulación del producto, hasta el consumidor final.

**Carga:** conjunto de cosas que se transportan juntas, especialmente géneros y mercancías.

**Cartelería:** láminas de papel, cartón u otro material que sirven para anunciar o dar información sobre algo o algún producto o servicio destinado a la venta.

**Cartera/Portfolio de clientes:** conjunto de compradores que los vendedores de una empresa tienen dentro de un área de venta y con los que interesa mantener un contacto.

**Chat:** intercambio de mensajes electrónicos a través de internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas.

**Cheque:** documento de valor en el que la persona que es autorizada para extraer dinero de una cuenta (por ejemplo, el titular), extiende a otra persona una



autorización para retirar una determinada cantidad de dinero de su cuenta, prescindiendo de la presencia del titular de la cuenta bancaria.

**Cobro telemático:** transacción realizada por el vendedor para percibir la cantidad adeudada de un comprador que adquiere un producto o servicio, a través de sistemas y aplicaciones que emplean los sistemas informáticos.

**Código de barras:** tipo de identificación basada en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información.

**Contrato de compraventa:** contrato consensual, bilateral, oneroso y típico en virtud del cual una de las partes (vendedor) se obliga a dar algo en favor de la otra (comprador) a cambio de un precio en dinero.

**Criterios de calidad:** aspectos relevantes que resumen, en la medida de lo posible, la capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas de la actividad o del proceso que medimos.

**CRM "*Customer Relationship Management*":** siglas de *Manejo de las Relaciones con el Cliente*, es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente.

**Cross-selling:** o venta cruzada, un vendedor intenta vender productos complementarios a los demandados por el cliente.

**Datáfono:** aparato que, por medio de una línea telefónica o inalámbrica, permite el pago con tarjetas de crédito o de débito.

**Descuento:** bonificación en el precio de adquisición de un bien o un servicio.

**Devolución:** proceso mediante el cual un cliente que ha comprado un producto, le devuelve al vendedor y a cambio, recibe u otro producto igual o sustitutivo.

**Dispositivos antihurto:** sistemas y equipos de radiofrecuencia y acustomagnéticos o electromagnéticos que se utilizan junto con etiquetas y otros accesorios para evitar el robo de los productos.

**Dispositivos de seguridad:** equipo, complemento o accesorio destinado a proteger de uno o varios riesgos que puedan amenazar la integridad física de algo o alguien.

**Documentos de fidelización:** estrategia utilizada por la empresa con el objetivo de mantener sus clientes activos y, si es posible, aumentar la cifra de negocio.



**EAS (*Electronic Article Surveillance*):** siglas de Sistema de *Alerta de Emergencias Vigilancia Electrónica*, es un método tecnológico para prevenir el hurto en establecimientos comerciales, bibliotecas u otros. Se incorporan al producto etiquetas que son eliminadas o desactivadas cuando el producto es comprado o retirado.

**E-commerce:** intercambio de bienes y servicios realizado a través de a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

**E-CRM:** (*Electronic-Customer Relationship Management*) o gestión de relaciones electrónicas con clientes, abarca todas las funciones del CRM con el uso del entorno de red, es decir, haciendo uso de las tecnologías de la información (IT).

**Efectivo:** dinero en forma de monedas o papel moneda (billetes).

**E-mail:** o correo electrónico es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante redes de comunicación electrónica.

**Embalaje:** recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

**Empaquetado:** medio por el que se guarda, protege y preservan los productos durante su manipulación, distribución y/o almacenaje.

**Encuesta:** técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

**E-Newsletter:** publicación digital informativa que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral).

**Escáner óptico de precios:** o lector óptico, dispositivo electrónico que por medio de un láser lee el código de barras y emite el número que muestra el código de barras, no la imagen.

**Escaparate:** hueco acristalado que hay en la fachada o interiores de las tiendas y que sirve para exhibir las mercancías o productos que se venden en ellas.

**Etiqueta:** señal o marca que se adhiere a un producto u objeto para su identificación.



**Expositor:** mueble en el que se exhiben productos destinados a la venta, o material promocional como folletos, catálogos o pequeñas revistas disponibles para el cliente.

**Factura simplificada:** factura que documenta la entrega de productos o provisión de servicios y contienen un número reducido de datos, prescindiendo de los que identifican al comprador (tickets o recibos), Sólo se permiten en determinados casos y para importes reducidos.

**Factura:** documento mercantil que refleja toda la información de una operación de compraventa.

**Formulario:** plantilla o página con espacios vacíos que han de ser rellenados con alguna finalidad en este caso comercial.

**Garantía:** garantía comercial es la que te ofrece voluntariamente el vendedor o fabricante, e incorpora derechos adicionales al producto o servicio.

**Góndola:** mueble (estantería) para presentación vertical de los productos. Se llaman así por la forma que asemeja a este tipo de embarcación, redondeada en los extremos. Cuando se habla de presentación horizontal, de longitud de exposición de los productos, se denomina lineal.

**Hoja de pedido:** también orden de compra, documento que emite el comprador para pedir mercaderías al vendedor; indica cantidad adquirida, detalle, precio y condiciones de pago, entre otras.

**Incidencia:** acontecimiento no previsto que sobreviene en la ejecución de un servicio.

**Inventario:** recuento, comprobación y registro de las mercancías existentes en un determinado momento de tiempo.

**Isla:** superficie de venta independiente de las estanterías donde suelen promocionarse los productos.

**Justificante de entrega:** también albarán de entrega, documento de carácter mercantil que acredita la recepción de un pedido o la prestación de un servicio entre las partes.

**Layout:** distribución física del volumen de espacio disponible en el almacén (superficie y altura) para hacer más eficiente el flujo de mercancías.

**Lector de código de barras:** escáner que por medio de un láser lee una combinación de barras y emite el número que muestra y no la imagen.



**Marcaje Inkjet:** sistema de marcaje industrial desarrollado para la codificación y marcaje en superficies.

**Mercancía:** todo aquello que se puede vender o comprar, usualmente el término se aplica a bienes económicos.

**Muestreo:** procedimiento para seleccionar muestras de una población.

**Networking:** creación de una red de contactos para crear oportunidades de negocio.

**Orden de trabajo:** documento que describe las tareas que debe realizar un trabajador incluyendo toda la información necesaria para ello.

**Packing list:** relación de contenido que completa la información descrita en la factura comercial en cuanto a la mercancía.

**Página web:** documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador.

**PDA:** término del inglés que significa *Personal Digital Assistant* (asistente digital personal) computadora de bolsillo, organizador personal o agenda electrónica de bolsillo.

**Pedido:** encargo de mercancías o materiales que se hace a un fabricante o a un vendedor.

**Plan de marketing:** documento de trabajo, escrito, ordenado, definido y periódico, que combina con precisión los elementos del marketing-mix.

**Plan de ventas:** parte del plan comercial o de marketing de una empresa o proyecto, que concreta cuales son los objetivos de venta y especifica de qué forma se conseguirán, cuantificándolo en un presupuesto.

**Planograma:** representación gráfica del acomodo de mercancías o productos en un área específica de un establecimiento comercial que puede ser una góndola, un exhibidor o un espacio seleccionado.

**Portaetiquetas:** dispositivos que se utilizan en los estantes o góndolas con el propósito de almacenar información.

**Precio:** o precio de venta al público (PVP), precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.



**Proceso postventa:** esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida.

**Producto complementario:** aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer alguna necesidad. La relación que se establece entre bienes complementarios es tal que el consumo de unos va directamente unido al de los productos que lo complementan.

**Producto sustitutivo:** aquel que satisface las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece el sector o la industria.

**Programa de fidelización:** estrategia utilizada por la empresa con el objetivo de mantener sus clientes activos y, si es posible, aumentar la cifra de negocio.

**Promoción:** actividades que tratan de estimular la demanda a corto plazo de un producto o servicio, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos.

**Proveedor:** empresa que abastece de productos necesarios a una persona, grandes grupos, asociaciones, comunidades u otros.

**Publicidad en el punto de venta:** o PLV, acción promocional que engloba expositores, carteles, displays y otros elementos que sean portadores de un mensaje publicitario y están situados en un punto de venta.

**Punto de venta:** establecimiento donde el cliente tiene la posibilidad de conocer y adquirir productos de determinada compañía.

**Recibo:** documento justificativo de las cantidades pagadas.

**Red social:** plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

**Residuo:** aquellos materiales que resultan inservibles después de cualquier proceso.

**Roturas de stock:** refleja la ausencia o escasez de suficiente stock de productos en un momento dado debido a falta de previsión.

**Servicios en la nube:** del inglés *cloud computing*, permite ofrecer servicios de computación a través de una red, que usualmente es Internet.

**Servidor:** aplicación en ejecución (software) capaz de atender las peticiones de un cliente y devolverle una respuesta en concordancia.





**SMS:** siglas del inglés *Short Message Service*, es un servicio que permite el envío de mensajes cortos, conocidos como mensajes de texto entre teléfonos móviles.

**Técnicas de venta:** herramientas, instrumentos que se aplican en el proceso de venta para persuadir al cliente hacia la propuesta del vendedor.

**Tecnología RFID:** (o sistemas RFID) siglas de Radio Frequency Identification (identificación por radiofrecuencia) es un sistema de almacenamiento y recuperación de datos remotos que usa dispositivos denominados etiquetas, tarjetas, transpondedores o tags RFID.

**Telefonía:** sistema de comunicaciones telefónicas.

**Ticket regalo:** recibo emitido por un minorista en el punto de venta, no incluye la información del precio de las compras. Tales recibos permiten al comprador comprar y dar un regalo sin revelar el precio pagado. El destinatario del regalo puede usar el recibo para devolver o cambiar el artículo si es necesario.

**TPV:** siglas de Terminal Punto de Venta, dispositivo que ayuda en la tarea de gestión de un establecimiento comercial de venta al público.

**Ubicaciones de red:** recurso que ayuda a administrar los recursos compartidos y las conexiones de red.

**Unidades de memoria:** las unidades de almacenamiento son aquellos dispositivos, ya sea internos o externos, donde se guardan físicamente los archivos de un sistema.

**Upselling:** técnica de venta en la que se aportan argumentos para ofrecer un producto de mayor calidad. En caso de éxito se logra un mayor beneficio.

**Vale:** documento comercial, para pagar ya sea un producto, o bien un servicio.

**Wiki:** nombre que recibe un sitio web, cuyas páginas pueden ser editadas directamente desde el navegador, donde los usuarios crean, modifican o eliminan contenidos que, generalmente, comparten.