



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

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y
COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Código: COM316_3

NIVEL: 3

GUÍAS DE EVIDENCIA DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

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



FONDO SOCIAL EUROPE
El FSE invierte en tu futur



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 UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados	7
4. Guía de Evidencia de la UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional	21
5. Guía de Evidencia de la UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios	37
6. Guía de Evidencia de la UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional	53
7. Guía de Evidencia de la UC1011_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional	67
8. Glosario de términos utilizado en Marketing y compraventa internacional	81



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.

Cuarto.- Cuando la persona candidata se someta a evaluación de competencia de alguna/s de las unidades de competencia UC0242, UC0243, UC0244 y, simultáneamente, de la/s unidad/es de competencia UC1010 y/o UC1011 se recomienda evaluar de forma conjunta dichas competencias, integrando la evaluación de las competencias lingüísticas, ya sea en el uso del inglés y/o de la lengua extranjera en la que tenga que demostrar la competencia, y de las competencias propias de la unidad de competencia evaluada, a efectos de someter al candidato a situaciones profesionales de evaluación significativas del conjunto.

Para ello, en la situación profesional de evaluación de las unidades de competencia UC0242, UC0243, UC0244 podrá incluirse alguna/s actividad/es que conlleve/n, como condición necesaria para su desarrollo la comunicación efectiva con otras personas (clientes, proveedores, transitarios u otras personas), de forma que si demuestra la competencia en el uso del inglés pueda darse por evaluada la UC1010 y/o si demuestra la competencia en el uso la lengua extranjera explicitada pueda darse por evaluada la UC1011.

A modo de conclusión, puede decirse que la aplicación de los cuatro 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

“UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados”

Transversal en las siguientes cualificaciones:

COM316_3 Marketing y compraventa internacional.
COM652_3 Gestión de marketing y comunicación.

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Código: COM316_3

NIVEL: 3



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 UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.

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 obtención y elaboración de la información para el sistema de información de mercados, y que se indican a continuación:

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

1. ***Planificar la obtención de información relevante para el sistema de información de mercados (SIM), a partir de los recursos y fuentes de información que se consideren más adecuadas para la organización.***



- 1.1. Identificar las variables y los sistemas de información que afectan a la organización, teniendo en cuenta los objetivos comerciales a nivel nacional e internacional.
 - 1.2. Seleccionar fuentes de información y técnicas de recogida, filtrando las que proporcionen los datos más fiables y representativos y en función de la rentabilidad de las mismas.
 - 1.3. Establecer las variables y parámetros, de la información necesaria y no disponible, teniendo en cuenta la posible aplicación de técnicas de recogida para esta información.
 - 1.4. Definir los medios y soportes de recogida de información, en función de los parámetros necesarios.
 - 1.5. Calcular coste y tiempo de entrega de la información no disponible, a partir de las tarifas y plazos aplicables a las fuentes de recogida de información.
- 2. Tratar la información obtenida de los medios y fuentes seleccionados en función de las necesidades y objetivos establecidos por la organización para el sistema de información de mercado.**
- 2.1. Extraer la información necesaria de las fuentes seleccionadas, en función de su idoneidad, respuesta a las necesidades de la organización y cumpliendo con el presupuesto establecido.
 - 2.2. Organizar la información obtenida, en función de las necesidades del SIM y aplicando criterios establecidos.
 - 2.3. Actualizar la información del SIM de forma permanente y de acuerdo a los procedimientos establecidos.
- 3. Extraer conclusiones operativas analizando la información obtenida de las diversas fuentes en relación con valores representativos de mercado y parámetros de referencia.**
- 3.1. Tabular los datos obtenidos de acuerdo a los criterios establecidos, facilitando su interpretación y actualización y utilizando programas informáticos de tratamiento estadístico de la información u hojas de cálculo.
 - 3.2. Obtener valores representativos de los mercados, clientes y competidores, de acuerdo con la metodología utilizada y utilizando el software habitual para el análisis de datos.
 - 3.3. Comparar los valores obtenidos estadísticamente con parámetros de referencia mediante el uso de tipologías definidas.
- 4. Elaborar informes comerciales y presentaciones, incluyendo los resultados y conclusiones derivados del análisis de la información obtenida de los mercados.**
- 4.1. Establecer el diseño del informe final, de acuerdo con las normas de estilo, presentación de informes de la organización, las especificaciones recibidas.
 - 4.2. Incorporar cuadros, tablas y gráficos al informe comercial incluyendo las referencias de los datos, de acuerdo con los procedimientos de las herramientas ofimáticas disponibles.
 - 4.3. Redactar el informe comercial, integrando las conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias, con un lenguaje objetivo, estructurado y homogéneo, resaltando los aspectos importantes o críticos del análisis realizado.
 - 4.4. Transmitir el informe y la presentación a las personas designadas por la organización, en el tiempo y forma establecidos.
- Desarrollar las actividades de acuerdo con los criterios de la organización y utilizando los recursos que faciliten su interpretación.



5. Controlar el funcionamiento de los canales de obtención de la información para el SIM, estableciendo medidas correctoras a las desviaciones detectadas.

- 5.1. Establecer los procedimientos de control en la obtención de información para el SIM, asegurando el rigor de los datos y detectando errores y anomalías.
- 5.2. Detectar anomalías en el funcionamiento de los canales que alimentan al SIM con prontitud y eficacia, a partir de las verificaciones realizadas.
- 5.3. Proponer medidas correctoras a las anomalías tras ser detectadas según el procedimiento de actuación establecido.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Planificación de la obtención de información relevante para el sistema de información de mercados (SIM).

- Planificación de la investigación comercial.
 - Determinación de problema a investigar.
 - Determinación de los objetivos de la investigación.
 - Obtención de información.
 - Tratamiento y análisis de datos.
 - Interpretación de resultados y presentación de conclusiones.
- Tipología de la información de mercados.
 - Información interna y externa.
 - Información cualitativa y cuantitativa.
 - Información primaria y secundaria.
- Sistemas de obtención de información primaria cualitativa.
 - Entrevista en profundidad.
 - Dinámicas de grupo.
 - Técnicas de creatividad.
 - Observación.
- Sistemas de obtención de información primaria cuantitativa.
 - La encuesta.
 - El panel.
- Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
 - Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales.
 - Fuentes públicas de información secundaria externa.
 - Investigación de gabinete.
- Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información.
 - Procedimientos para garantizar la fiabilidad, exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM.
 - Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria.
- Bases de datos.



- Función y estructura de las bases de datos.
- Pautas para la diseño de nuevas bases de datos.
- Manejo de herramientas de búsqueda, consulta y generación de informes en las bases de datos.
- El mantenimiento de las bases de datos.
- Organización del trabajo de campo.
 - Cálculo del tiempo necesario para el desarrollo del trabajo.
 - Cálculo del número de entrevistadores necesarios.
 - Cálculo del coste de las acciones del trabajo de campo.
 - Elaboración del presupuesto.
 - Determinación de las capacidades y habilidades que deben tener los encuestadores.
 - Pautas de comportamiento que deben seguir los encuestadores.
- Presupuesto y costes de la investigación.
- Tecnologías aplicadas a la investigación comercial.

2. Tratamiento de la información obtenida de los medios y fuentes seleccionados.

- Organización y representación de datos.
- Codificación y tabulación de datos.
- Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos.
 - Edición de datos.
 - Limpieza de datos.
- Elaboración de un código maestro.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta única.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta múltiple.
 - Codificación de respuestas sobre preguntas abiertas.
 - Utilización de hojas de cálculo para la creación de tablas de doble entrada para el registro de los datos.

3. Extracción de las conclusiones operativas.

- Tabulación de datos.
 - Distribución de frecuencias.
 - Tabulación unidireccional.
 - Priorización de datos en niveles.
 - Tabulación cruzada.
- Etiquetado de datos e información.
- Organización y estructura comercial de las compañías.
- Análisis descriptivo.
 - Medidas de posición.
 - Medidas de dispersión.
- Probabilidad.
 - Sucesos y experimentos aleatorios.
 - Frecuencia y probabilidad.
 - Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos.
 - Regla de Bayes.
 - Principales distribuciones de probabilidad.
- Inferencia estadística.
 - Concepto de inferencia.
 - Estimación puntual.
 - Estimación por intervalos.
 - Contraste de hipótesis.
- Aplicaciones informáticas de análisis de datos.



- Parámetros de referencia del mercado.
- Comparación de valores estadísticos y parámetros de referencia.

4. Elaboración de informes comerciales y presentaciones.

- Informes comerciales.
 - Diseño preliminar del informe.
 - Estructura del informe.
 - Planificación y elaboración de informes.
- Presentaciones.
 - Organización del trabajo de presentación.
 - Actitudes adecuadas para las presentaciones.
- Entorno de la empresa.
 - Análisis de la competencia.
- Segmentación de clientes.
 - Grupos de consumidores.
- Posicionamiento de la empresa en el mercado.

5. Control del funcionamiento de los canales de obtención de la información para el SIM.

- Supervisión de equipos de trabajo.
 - Comprobación del cumplimiento de hitos.
 - Gestión de recursos disponibles.
 - Actuación antes desviaciones sobre el trabajo previsto.
- Seguimiento del servicio de proveedores.
 - Criterios de seguimiento.
 - Valoración del servicio.
 - Homologación según normativas.
- Mejora continua – PDCA.
 - Sistemas de medición de la situación actual.
 - Establecimiento de líneas de actuación.
 - Calidad total.

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

- Sistema de información de mercados.
 - Concepto.
 - Características.
 - Finalidad.
 - Estructura.
 - Tipología de datos.
- Aplicaciones informáticas.
 - Sistemas de información de mercados.
 - De tratamiento estadístico.
 - Bases de datos, procesador de texto y hojas de cálculo.
 - De correo electrónico.
 - Gestión de relación con clientes CRM.
 - De gestión de tareas.
 - Navegadores de Internet. Motores de búsqueda.

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 por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
 - 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
 - 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.

2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:
 - 2.1 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores.
 - 2.2 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.3 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
 - 2.4 Compartir la información de interés.

3. En relación con los proveedores deberá:
 - 3.1 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
 - 3.2 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
 - 3.3 Evaluar el servicio prestado de manera ecuánime y siguiendo el procedimiento establecido.
 - 3.4 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.

4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
 - 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.
 - 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
 - 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
 - 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
 - 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
 - 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
 - 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
 - 4.8 Capacidad 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 UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados, 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 confeccionar un informe comercial acerca de la bajada de las ventas en un país concreto, de una compañía juguetera que opera a nivel internacional, Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Obtener la información entre las diversas fuentes.
2. Elaborar el informe comercial con las conclusiones.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (segmentación del mercado objetivo, marketing-mix de los productos, cifras de ventas, encuestas comerciales, plan de marketing de la compañía, *briefings* y ventas de la competencia, fuentes de información disponibles).



- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional 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, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Obtención de la información.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Clasificación de la información entregada.- Extracción de la información relevante.- Determinación de la información necesaria y no disponible.- Selección de las técnicas de recogida.- Establecimiento de los soportes de recogida. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Elaborar el informe comercial.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Organización de los datos.- Valoración de la situación actual.- Elaboración de análisis DAFO.- Confección de las conclusiones.- Establecimiento de los parámetros de actualización de la información. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando correctamente la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo la información más relevante acerca del problema de partida, determinando toda la información necesaria y no disponible, seleccionando las técnicas de recogida a utilizar y estableciendo los soportes oportunos.</i>
3	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando adecuadamente la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo información acerca del problema de partida, determinando la mayoría de la información necesaria y no disponible, seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar y estableciendo los soportes oportunos.</i>
2	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando sin excesivo rigor la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo información acerca del problema de partida, determinando la mayoría de la información necesaria y no disponible, y seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar pero sin establecer los soportes oportunos.</i>
1	<i>La obtención de la información se efectúa clasificando con errores la información entregada por fuentes primarias y secundarias, extrayendo escasa información acerca del problema de partida, determinando parte de la información necesaria y no disponible, y seleccionando alguna técnica de recogida a utilizar pero sin establecer los soportes oportunos.</i>

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

Escala B

4	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando todos los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante un detallado análisis interno y externo, elaborando un DAFO completo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y estableciendo de manera rigurosa los parámetros de actualización futura de la información.</i>
3	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante un detallado análisis interno y externo, elaborando un DAFO completo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y estableciendo algunos parámetros de actualización futura de la información.</i>
2	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante análisis interno y externo, elaborando un DAFO poco profundo, confeccionando las conclusiones en relación a valores de referencia contrastados y sin establecer parámetros de actualización futura de la información.</i>
1	<i>La elaboración del informe comercial se efectúa organizando la mayoría de los datos en función de los objetivos y necesidades, valorando la situación actual mediante análisis interno y externo con errores, elaborando un DAFO poco profundo, confeccionando las conclusiones sin tener en cuenta valores de referencia y sin establecer parámetros de actualización futura de la información.</i>

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



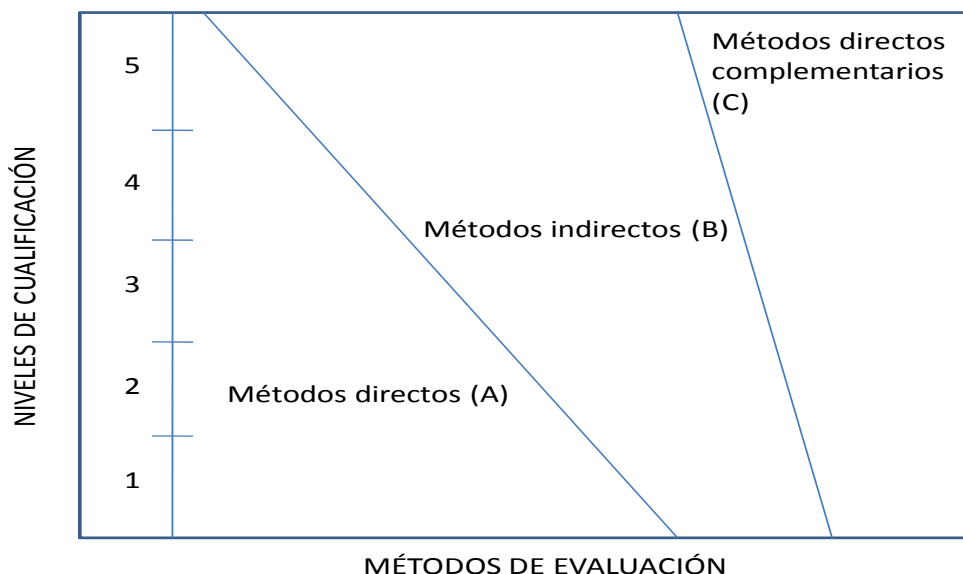
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

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:

- 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 obtención y elaboración de la información para el sistema de información de mercados 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades analíticas, de diagnóstico y organizativas 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 se recomienda tener en consideración:
1. La seguridad en el manejo de las fuentes de información primaria y secundaria, otorgando a cada una la validez que merece.
 2. La destreza en la utilización de las herramientas de análisis y diagnóstico como el DAFO.
 3. La capacidad para establecer las técnicas y soportes de recogida más adecuados a las necesidades de información no cubiertas.
 4. La observancia de la necesidad de mantener actualizada la información como fuente de valor añadido para las organizaciones.
 5. El dominio de técnicas estadísticas básicas, elaboración de tablas y gráficos así como la adecuada redacción de informes a presentar en la dirección de la empresa.
 6. La respuesta ante una contingencia relacionada con la entrega de nuevos datos acerca de la situación de la competencia, sus ventas e informes comerciales. Estos datos serán diferentes a los entregados inicialmente para que afecten al análisis de la situación aunque sin que supongan un cambio drástico el proceso de confección de conclusiones.
 7. En el desarrollo de las actividades se deberán interpretar los datos entregados, identificar la información adicional necesaria, utilizando herramientas de análisis y diagnóstico requeridas, y presentar las conclusiones de manera justificada.



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y
COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Código: COM316_3

NIVEL: 3



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 UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional.

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 realización de estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional, 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 posibilidades de comercialización internacional del producto/servicio, analizando las variables del mercado internacional y efectuando las estimaciones de los costes a soportar y la rentabilidad a obtener.***



- 1.1. Determinar las diferencias entre los atributos del producto/servicio a comercializar en mercados internacionales y los de la competencia.
- 1.2. Identificar las características del segmento de consumidores al que debe dirigirse el producto/servicio, teniendo en cuenta el segmento ocupado por la competencia.
- 1.3. Identificar la tipología de clientes internacionales de compra online, en función de las características de los productos y/o servicios a comercializar.
- 1.4. Establecer los segmentos potenciales más atractivos para la organización aplicando criterios prediseñados.
- 1.5. Determinar las adaptaciones necesarias en el producto/servicio conforme a los gustos y preferencias del consumidor/usuario.
- 1.6. Identificar la tendencia de los costes de fabricación y comercialización internacional del producto/servicio, considerando todos los costes de la operación.
- 1.7. Calcular la rentabilidad de la línea y gama del producto/servicio a comercializar, en relación al volumen de ventas previsto.
- 1.8. Organizar la información, los análisis y las conclusiones acerca de la comercialización internacional del producto/servicio, de forma estructurada y consultable.

2. Proponer los canales de distribución a utilizar por la organización en la comercialización internacional del producto/servicio, en función del coste y plazo de las alternativas existentes.

- 2.1. Identificar las formas de entrada y canales de distribución en los países destino de los productos/servicios, en función de los objetivos y la rentabilidad esperada.
- 2.2. Identificar la estructura de los canales de distribución utilizados por la organización en el país objeto de entrada, en función del producto/servicio a comercializar.
- 2.3. Definir la estrategia de distribución online del producto/servicio, en relación a los objetivos comerciales establecidos.
- 2.4. Calcular los costes de comercialización para los distintos canales, teniendo en cuenta todos los elementos que influyen en la distribución.
- 2.5. Determinar la estructura de distribución óptima evaluando las diferentes posibilidades, teniendo en cuenta el tiempo y los costes de la comercialización internacional.
- 2.6. Presentar las conclusiones y propuestas asociadas a los posibles canales de distribución a través de un informe estructurado.

3. Presentar la información para la toma de decisiones en la política de precios de mercados internacionales, analizando las variables que componen e influyen en la comercialización internacional de los productos/servicios de la organización.

- 3.1. Establecer un primer precio de venta del producto/servicio, en función de los diferentes costes y márgenes.
- 3.2. Calcular el porcentaje de participación de cada uno de los tipos de coste sobre el precio de venta en la comercialización internacional, identificando las implicaciones del *Incoterm* utilizado.
- 3.3. Calcular el efecto de las variaciones en los costes del producto/servicio, en función de la elasticidad de la oferta dentro del mercado objeto de estudio.
- 3.4. Determinar las diferencias entre los precios de venta del producto/servicio y los de la competencia, identificando las posibles causas.
- 3.5. Calcular el punto muerto del producto/servicio, a partir de los precios establecidos y el número de unidades vendidas.
- 3.6. Calcular el margen bruto del producto/servicio, en función de los datos de costes previstos y ventas estimadas.
- 3.7. Organizar la información, los análisis y las conclusiones respecto al precio del producto/servicio, de forma estructurada y consultable.



- Desarrollar las actividades considerando la normativa legal nacional e internacional aplicable.

4. Planificar las acciones de promoción internacional del producto/servicio, según el plan de marketing de la organización, respetando la normativa aplicable en cada país.

- 4.1. Identificar los objetivos de las acciones de comunicación/promoción internacional, en función del plan de marketing internacional de la organización.
- 4.2. Determinar las características específicas de las acciones de comunicación comercial en la apertura y lanzamiento de productos/servicios en mercados internacionales, según los objetivos comerciales de la organización.
- 4.3. Identificar los usos y regulaciones de las operaciones de comercio internacional, en función de la normativa legal aplicable en el país de origen y destino del producto/servicio.
- 4.4. Programar las acciones de comunicación y asistencia a eventos internacionales, ajustadas en tiempo, forma y presupuesto a los planes establecidos.

5. Elaborar el briefing de productos/servicios a comercializar en el mercado internacional, contemplando las diferentes variables de marketing-mix.

- 5.1. Acopiar información relevante de las variables del marketing-mix internacional a partir de la información del SIM, según los criterios establecidos por la organización.
- 5.2. Determinar las líneas del plan de acción específico, teniendo en cuenta las distintas variables del marketing-mix, en función de la implantación y competitividad en un mercado definido, incluyendo el mercado online.
- 5.3. Redactar el *briefing* de productos/servicios de forma estructurada y homogénea, de acuerdo con las especificaciones de la organización.
- 5.4. Confeccionar la presentación de los contenidos del *briefing*, adecuándola a cada destinatario.
- 5.5. Enviar el *briefing* y la presentación a las personas designadas por la organización, en el tiempo y forma establecidos, en los soportes e idiomas requeridos.

6. Controlar los resultados de la política de precios aplicada y las acciones de promoción desarrolladas, determinando las medidas oportunas para corregir desviaciones, según los criterios de la organización recogidos en el plan de marketing.

- 6.1. Obtener datos acerca de los efectos en la aplicación de la política de precios sobre el beneficio obtenido por la venta del producto/servicio, respecto a los objetivos establecidos.
- 6.2. Proponer posibles mejoras en los márgenes, a partir del análisis del coste total del producto, el punto muerto y la tendencia del mercado.
- 6.3. Supervisar la aparición de los elementos de la comunicación en los distintos medios y soportes, tanto en plataforma tradicional como virtual, teniendo en cuenta la frecuencia y tiempo contratados, de acuerdo al presupuesto establecido y respetando la normativa legal internacional aplicable.
- 6.4. Evaluar las acciones de comunicación y sus variables a través de diferentes técnicas de investigación.
- 6.5. Identificar las desviaciones surgidas en la acción de promoción, mediante comparativas entre los logros y los objetivos perseguidos.
- 6.6. Adoptar medidas correctoras a las desviaciones detectadas en la acción de promoción, de acuerdo con la responsabilidad asignada.



6.7. Obtener los resultados de la acción de promoción, a través de los ratios y criterios diseñados por la organización.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. *Determinación de las posibilidades de comercialización internacional del producto/servicio.*

- Comercialización internacional de productos/servicios.
 - Ventajas e inconvenientes.
 - Barreras.
 - Etapas del proceso.
- Atributos del producto o servicio.
 - Características técnicas.
 - Usos.
 - Fiabilidad.
 - Presentación.
 - Marca.
 - Envase.
 - Precio.
- Segmentación de clientes. Características y criterios.
 - Volumen.
 - Precio.
 - Frecuencia.
 - Intensidad.
 - Lugar.
 - Motivación.
- Estructuras de costes y cálculos de rentabilidad.
- Compraventa de productos *online*.
- Planificación comercial.
 - Fases.
 - Costes.
 - Seguimiento.

2. *Propuesta de los canales de distribución a utilizar por la organización en la comercialización internacional del producto/servicio.*

- Agentes y distribuidores.
- Canales de distribución internacional.
- Logística comercial internacional.
- Trámites de exportación.
- Modos de operación directos.
 - Vendedor en exportación.
 - Agente y distribuidor-importador.
 - Subsidiaria comercial.



- Consorcios de exportación.
- Filiales.
- Sucursales.
- Modos de operación indirectos.
 - Compañías de *Trading*.
 - Comercializadoras.
 - Empresas comerciales.
- Modos de operación mixtos.
 - *Piggyback*.
 - Transferencia de tecnología.
 - Licencias y franquicias internacionales.
 - *Joint-venture*.
 - Alianzas internacionales.
 - Contratos de gestión.
 - Fabricación por contrata.

3. Presentación de la información para la toma de decisiones en la política de precios de mercados internacionales.

- Políticas de precios.
 - Márgenes.
 - Rentabilidad.
- Oferta y demanda de productos/servicios.
- Cálculo de costes de fabricación y distribución.
- Estrategia comercial internacional.

4. Planificación de las acciones de promoción internacional del producto/servicio.

- Análisis DAFO.
 - Interno.
 - Externo.
- Factores clave.
 - Producto.
 - Mercado y competencia.
 - Consumidores.
 - Objetivos de marketing.
 - Presupuesto y plazos.
- Normativa internacional en los países destino de las campañas.
- Contratación de agencias y/o medios.

5. Elaboración del briefing de productos/servicios a comercializar en el mercado internacional.

- Plan de acción comercial.
- *Briefing* internacional de productos.
 - Antecedentes.
 - Situación actual.
 - Producto.
 - Precio.
 - *Packaging*.
 - Canal de distribución.
 - Mercado global y específico.
 - Consumidor.
 - Público objetivo.



- Competencia.
- Tendencias.
- Plazos.
- Costes.

6. Control de los resultados de la política de precios aplicada y las acciones de promoción desarrolladas.

- Seguimiento de objetivos.
- Análisis de ratios.
- Presupuestos de ejecución.
- Ciclo PDCA - Mejora continua.

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

- Marketing-mix internacional.
- *Benchmarking* – Estudio de la competencia.
- *INCOTERMS*.
- Apertura de mercados y red de ventas exterior.
- Publicidad y promoción internacionales.
- *Merchandising* internacional.
- Ferias y eventos internacionales.
- Relaciones públicas.
- Marketing directo.
- Normativa internacional en los países destino de las campañas.
- Contratación de agencias y/o medios.
- Elaboración y presentación de informes.
- Aplicaciones informáticas.
 - Sistemas de información de mercados.
 - Bases de datos, procesador de texto y hojas de cálculo.
 - De correo electrónico.
 - Gestión de relación con clientes CRM.
 - De gestión de tareas.
 - Navegadores de Internet.

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 por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
 - 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
 - 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.



2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:
 - 2.1 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.2 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
 - 2.3 Compartir la información de interés.
3. En relación con los proveedores deberá:
 - 3.1 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
 - 3.2 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
 - 3.3 Evaluar el servicio prestado de manera ecuaníme y siguiendo el procedimiento establecido.
 - 3.4 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
 - 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.
 - 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
 - 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
 - 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
 - 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
 - 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
 - 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
 - 4.8 Capacidad 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 UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional, 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 establecer un plan de actuación para la comercialización internacional de una empresa de productos cosméticos de gama media-alta en el mercado europeo, definiendo el marketing-mix de un producto concreto de la firma, utilizando la información del mercado objetivo y conforme al plan de marketing de la organización. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Segmentar los clientes.
2. Determinar el marketing-mix.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (estudio del mercado objetivo, plan de marketing de la compañía, *briefings* de la competencia, descripción detallada del producto y sus costes de fabricación).
- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional 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, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Segmentación de los clientes.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los atributos del producto a comercializar. - Selección de las variables de segmentación. - Distribución de los clientes por segmentos. - Caracterización de los segmentos más atractivos. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Determinación del marketing-mix.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de las posibles adaptaciones del producto antes de la fabricación. - Definición del precio de venta del producto. - Determinación del canal de comercialización internacional. - Establecimiento de las acciones de comunicación. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<p><i>La segmentación de los clientes se efectúa identificando los atributos más relevantes en el producto a comercializar, seleccionando las principales variables de segmentación conforme al estudio de mercado proporcionado, distribuyendo correctamente a los clientes por segmento y caracterizando aquellos segmentos más atractivos en función del briefing de la competencia.</i></p>
3	<p><i>La segmentación de los clientes se efectúa identificando la mayoría de atributos relevantes en el producto a comercializar, seleccionando la mayoría de las principales variables de segmentación conforme al estudio de mercado proporcionado, distribuyendo correctamente a los clientes por segmento y caracterizando aquellos segmentos más atractivos en función del briefing de la competencia.</i></p>
2	<p><i>La segmentación de los clientes se efectúa identificando algunos atributos relevantes en el producto a comercializar, seleccionando variables de segmentación poco acertadas conforme al estudio de mercado proporcionado, distribuyendo correctamente a los clientes por segmento y caracterizando alguno de los segmentos más atractivos en función del briefing de la competencia.</i></p>
1	<p><i>La segmentación de los clientes se efectúa identificando algunos atributos relevantes en el producto a comercializar, seleccionando variables de segmentación poco acertadas conforme al estudio de mercado proporcionado, distribuyendo a los clientes por segmento sin excesivo rigor y caracterizando alguno de los segmentos más atractivos en función del briefing de la competencia.</i></p>

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

Escala B

4	<i>La determinación del marketing-mix se efectúa estableciendo con criterio las posibles adaptaciones del producto antes de la fabricación, definiendo el precio de venta del producto conforme a los costes, al precio de la competencia y al estudio de mercado proporcionado, determinando el canal de comercialización internacional más eficiente en función de plazos y costes, y estableciendo las acciones de comunicación más adecuadas en línea con el plan de marketing de la compañía.</i>
3	<i>La determinación del marketing-mix se efectúa estableciendo algunas de las posibles adaptaciones del producto antes de la fabricación, definiendo el precio de venta del producto conforme al precio de la competencia y al estudio de mercado proporcionado, determinando el canal de comercialización internacional más eficiente en función de plazos y costes, y estableciendo las acciones de comunicación más adecuadas en línea con el plan de marketing de la compañía.</i>
2	<i>La determinación del marketing-mix se efectúa estableciendo algunas de las posibles adaptaciones del producto antes de la fabricación, definiendo el precio de venta del producto sin tener en cuenta los costes y la competencia, determinando un canal de comercialización internacional de los más eficientes en función de plazos y costes, y estableciendo acciones de comunicación adecuadas en línea con el plan de marketing de la compañía.</i>
1	<i>La determinación del marketing-mix se efectúa estableciendo algunas de las posibles adaptaciones del producto antes de la fabricación, definiendo el precio de venta del producto sin tener en cuenta los costes y la competencia, determinando un canal de comercialización internacional sin valorar en profundidad los plazos y costes, y estableciendo acciones de comunicación sin tener en cuenta los principales aspectos del plan de marketing de la compañía.</i>

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

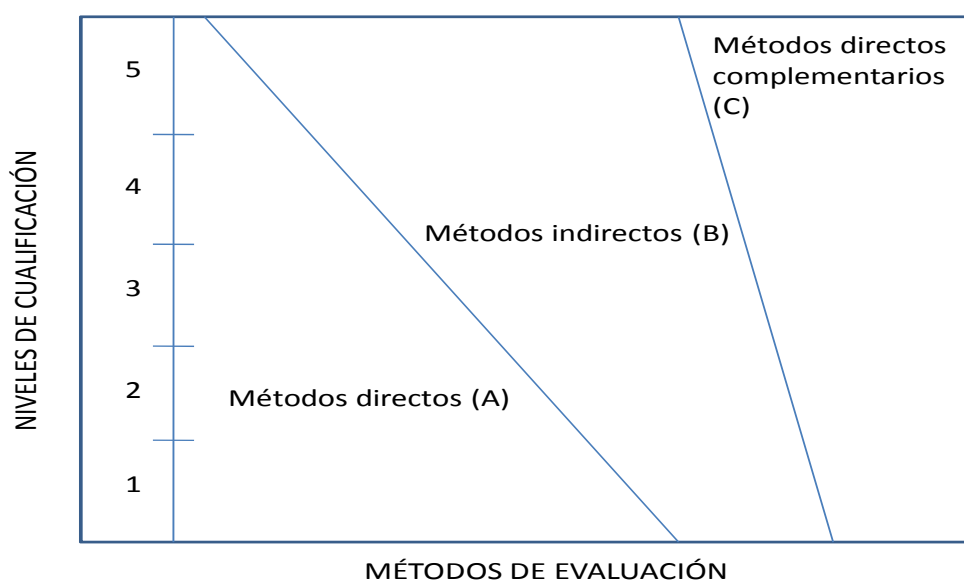
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

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:

- 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 realización de estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional, 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades analíticas, de planificación y toma de decisiones, 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 se recomienda tener en consideración:
1. El dominio en la aplicación de los criterios de segmentación de clientes.



2. El manejo de un estudio de mercado y la capacidad de analizar los datos y extraer conclusiones.
3. La seguridad en la definición del precio de venta del producto.
4. La habilidad en el diseño de acciones de promoción y comunicación dirigidas siempre a la mejora del posicionamiento del producto.
5. El dominio de los canales de distribución internacional y los diferentes modos de operación directos, indirectos y mixtos.
6. La experiencia en la comercialización internacional de productos online.
7. La respuesta ante una contingencia relacionada con la ruptura del acuerdo de distribución que hace imposible utilizar el modo de operación seleccionado.



FONDO SOCIAL EUROPE
El FSE invierte en tu futur



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Código: COM316_3

NIVEL: 3



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 UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios.

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 asistencia en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios, y que se indican a continuación:

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

1. Identificar clientes y proveedores potenciales a nivel internacional organizándolos en una base de datos, con información actualizada y



relevante de los mismos, de acuerdo con los criterios establecidos por la organización.

- 1.1. Obtener información de clientes y proveedores, a través de bases de datos, publicaciones y actividades de prospección.
- 1.2. Obtener información sobre los instrumentos promocionales de apoyo a la exportación, teniendo en cuenta las características de los clientes y proveedores potenciales.
- 1.3. Identificar los posibles riesgos de la actuación comercial, determinando los distintos factores y cuantificando su efecto sobre la rentabilidad y seguridad de las operaciones.
- 1.4. Identificar las licitaciones y/o concursos internacionales, utilizando diversas fuentes de información internacional.
- 1.5. Localizar condiciones de venta e información de calidad de servicio de proveedores internacionales acudiendo a fuentes fiables en el sector.
- 1.6. Comprobar las condiciones de venta de los proveedores internacionales, identificando que son conformes a los intereses y necesidades comerciales de la organización.
- 1.7. Seleccionar los agentes, intermediarios y/o clientes corporativos potenciales, comprobando que los márgenes de colaboración establecidos por los mismos se encuentran dentro de límites aceptables de la organización.
- 1.8. Definir el procedimiento de actualización periódica de la base de datos y fichero maestro de clientes/proveedores internacional, en base a criterios de confidencialidad, accesibilidad, fiabilidad y seguridad, de acuerdo con la normativa aplicable.
- 1.9. Alimentar la base de datos y fichero maestro de clientes/proveedores internacional, detallando la información más relevante para la empresa y utilizando los criterios de archivo establecidos.

2. Contactar con clientes y proveedores internacionales aplicando técnicas de comunicación adaptadas a las características particulares de cada uno.

- 2.1. Seleccionar los medios de contacto inicial con clientes y proveedores, en función de las características de cada uno y las situaciones que puedan presentarse.
- 2.2. Identificar las características descriptivas de los clientes y proveedores, considerando el desarrollo de sucesivas conversaciones.
- 2.3. Comunicarse con el cliente o proveedor internacional, aplicando técnicas de comunicación verbal y no verbal, promoviendo su fidelización.
- 2.4. Preparar las entrevistas y relaciones comerciales con el cliente o proveedor internacional, teniendo en cuenta los aspectos formales y la idiosincrasia cultural de cada uno, de acuerdo con las especificaciones recibidas y adaptándose al protocolo empresarial, normas y costumbres del país.

3. Concretar el marco de condiciones de la relación comercial internacional, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes y/o las ofertas de los proveedores, y cumpliendo con los márgenes y los objetivos establecidos por la organización.

- 3.1. Identificar las características del cliente/país con el que se establece la actividad comercial, a través de fuentes fiables.
- 3.2. Confeccionar ofertas para cada cliente, reflejando las condiciones de venta y características del producto/servicio, de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- 3.3. Identificar posibles aspectos a negociar en cada una de las ofertas de proveedores, valorando las implicaciones de cada una y teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.



- 3.4. Preparar el proceso de negociación con clientes/proveedores, estructurando los aspectos a negociar y las posibles objeciones que pueden surgir, a partir de las especificaciones recibidas.
- 3.5. Resolver las dudas, confusiones y objeciones con el cliente/proveedor, solicitando confirmación acerca de su entendimiento.
- 3.6. Pactar las condiciones de compraventa internacional, aplicando técnicas de negociación adaptadas a las características del interlocutor, según los objetivos comerciales establecidos por la organización y en función de las características de la operación.

4. Efectuar las operaciones de preparación y supervisión del precontrato y/o contrato de compraventa internacional, estableciendo y comprobando la inclusión de los aspectos y condiciones esenciales negociadas del mismo.

- 4.1. Identificar la normativa legal aplicable de contratación asociada a las operaciones negociadas, incluyendo *Incoterms*, usos y costumbres tanto internacionales como del sector.
 - 4.2. Obtener la información necesaria para el desarrollo de los términos del precontrato y/o contrato desde los distintos departamentos, siguiendo el procedimiento de comunicación interna de la organización.
 - 4.3. Detallar en el precontrato y/o contrato todos los aspectos y condiciones de ejecución de la compraventa, según lo pactado y cumpliendo la normativa legal aplicable de contratación internacional.
 - 4.4. Revisar la forma y condiciones recogidas en el precontrato, según las indicaciones de los responsables de su validación.
 - 4.5. Transmitir el precontrato a los responsables de su validación y formalización definitiva, según procedimiento y plazos establecidos.
- Desarrollar las actividades de acuerdo con la normativa aplicable y el procedimiento establecido por la organización.

5. Controlar la actividad de compraventa internacional y su evolución, así como las incidencias que se produzcan y su resolución, comprobando el cumplimiento de los términos pactados con los clientes, distribuidores y proveedores.

- 5.1. Controlar las actividades de comerciales, agentes, distribuidores y proveedores internacionales, utilizando sistemas de comunicación e información que permitan detectar cualquier incidencia.
- 5.2. Calcular la evolución y rentabilidad de las ventas, de forma periódica, a través de ratios específicos.
- 5.3. Elaborar un DAFO sobre la evolución del mercado y de la actividad comercial, a partir del análisis de los informes periódicos presentados por los comerciales, agentes y distribuidores internacionales, considerando también las fuentes de información oportunas.
- 5.4. Evaluar la actividad de comerciales, agentes y distribuidores internacionales, respecto a los objetivos previstos, de forma periódica y según los procedimientos establecidos.
- 5.5. Verificar el cumplimiento de los términos del contrato de distribución y/o compraventa internacional, respecto a los términos acordados en la negociación o fijados en la licitación internacional.
- 5.6. Comprobar las incidencias ocurridas en las operaciones internacionales, a partir de la información de los distintos departamentos de la organización, identificando las causas repetitivas.



5.7. Informar a los clientes acerca de las actuaciones adoptadas en las incidencias, de acuerdo a los procedimientos y protocolo establecidos.

- Desarrollar las actividades de acuerdo con los objetivos y procedimientos establecidos por la organización.

6. Efectuar el establecimiento y aplicación de medidas correctoras sobre las desviaciones e incidencias detectadas en las distintas fases del proceso de compraventa internacional, ajustándose a los términos contractuales e informando a las partes implicadas.

- 6.1. Adoptar medidas correctoras sobre la evolución y rentabilidad de las ventas, mediante la comunicación con comerciales, agentes y distribuidores internacionales.
- 6.2. Proponer acciones correctoras en la actividad de comerciales, agentes y distribuidores internacionales, cuando las desviaciones encontradas superen el margen establecido.
- 6.3. Determinar líneas de actuación para las incidencias detectadas en operaciones internacionales, según la política de satisfacción al cliente establecida por la organización.
- 6.4. Comunicar al proveedor las incidencias en la entrega del pedido, mediante el procedimiento de escalado establecido.
- 6.5. Adoptar medidas correctoras acerca de las incidencias en la recepción del pedido, según los términos de compra reflejados en el contrato.
- 6.6. Negociar con el proveedor nuevas condiciones del pedido tras la comunicación de las incidencias y en términos satisfactorios para ambas partes.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negra:

1. Identificación de clientes y proveedores potenciales a nivel internacional.

- Información de comercio internacional.
 - Información comercial de clientes y proveedores internacionales.
 - Información de los países de origen y/o destino.
 - Información de apoyo a la internacionalización de la empresa.
- Canales y fuentes de información en el comercio internacional.
- Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
- Modos de operación directos.
 - Vendedor en exportación.
 - Agente y distribuidor-importador.
 - Subsidiaria comercial.
 - Consorcios de exportación.
 - Filiales.
 - Sucursales.
- Modos de operación indirectos.



- Compañías de *Trading*.
- Comercializadoras.
- Empresas comerciales.
- Modos de operación mixtos.
 - *Piggyback*.
 - Transferencia de tecnología.
 - Licencias y franquicias internacionales.
 - *Joint-venture*.
 - Alianzas internacionales.
 - Contratos de gestión.
 - Fabricación por contrata.
- Elaboración de fichas y bases de datos de clientes y proveedores.
- Archivo y actualización sobre bases de datos.

2. Contacto con clientes y proveedores internacionales.

- Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales:
 - Directorios, portales y guías multisectoriales.
 - *E-market places* sectoriales y otros.
 - Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas.
- Criterios de organización de clientes y proveedores internacionales.
 - Frecuencia de compra /venta.
 - Volumen.
 - Rentabilidad.
 - Otros.
- Clasificación de los clientes/proveedores internacionales.
 - Tipos.
 - Características.
- Contacto con el cliente o proveedor.
 - Primer contacto.
 - Manejo de la información contextual y no verbal.
 - Aplicación del tono, expresiones y comportamiento adecuados a cada relación.
 - Mecanismos para el tratamiento de objeciones.
 - Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta presencial y/o telefónica.

3. Concreción del marco de condiciones de la relación comercial internacional.

- Fases de la negociación internacional.
 - Preparación.
 - Desarrollo.
 - Consolidación/cierre.
- Elaboración de propuestas comerciales.
- Técnicas y estilos de la negociación internacional.
- Conflictos comerciales internacionales.

4. Operaciones de preparación y supervisión del precontrato y/o contrato de compraventa internacional.

- Acuerdos precontractuales.
- Carta de intenciones.
- Elaboración de ofertas a licitaciones o concursos.
- Clausulado contractual.
 - Mercancía.



- Servicios.
- Condiciones de pago.
- Transporte.
- Seguro.
- Entrega.
- Riesgos.
- Transferencia de la propiedad.
- Ley aplicable.
- Solución de litigios.
- Referencias normativas para la contratación internacional.
 - Instrumentos de armonización.
 - Principios UNIDROIT.
 - Convenios de Viena y de Roma.
 - Leyes modelo.
 - Unificación del derecho.
 - Convenios internacionales.
 - Reglas de la Cámara de Comercio Internacional.

5. Control de la actividad de compraventa internacional y su evolución, así como las incidencias que se produzcan y su resolución.

- Operaciones de compraventa internacional.
- Organización de la red de ventas, agentes comerciales, distribuidores y proveedores internacionales.
 - Motivación.
 - Seguimiento.
- Análisis DAFO.
- Vigilancia activa.
- Sistemas de información y control de incidencias.
- Tratamiento de reclamaciones.
- Evaluación del desempeño.

6. Establecimiento y aplicación de medidas correctoras sobre las desviaciones e incidencias detectadas en las distintas fases del proceso de compraventa internacional.

- Mejora continua - PDCA.
- Satisfacción del cliente.
- Control de costes.
- Aplicación de medidas en desviaciones presupuestarias.
- Planes de contingencia.

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

- Apertura de mercados y red de ventas exterior.
- Contratos de compraventa internacional: estructura, modalidades.
- Contratos de intermediación comercial internacional: contratos de distribución y agencia.
- Contratación mediante concursos o licitaciones internacionales.
- Regulación de la compraventa internacional.
- *INCOTERMS*.
- Medios de cobro y pago internacionales.
- Procedimientos de arbitraje internacional.



- Aplicaciones informáticas.
 - Sistemas de información de mercados.
 - Sistema de gestión empresarial ERP.
 - Bases de datos, procesador de texto y hojas de cálculo.
 - Gestión de relación con clientes CRM.
 - Sistema EDI.
 - De correo electrónico.
 - De gestión de tareas.
 - Navegadores de Internet.

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 por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
- 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
- 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
- 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
- 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.

2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:

- 2.1 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores.
- 2.2 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
- 2.3 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
- 2.4 Compartir la información de interés.

3. En relación con los proveedores deberá:

- 3.1 Adoptar una actitud de escucha activa, cortés y diligente.
- 3.2 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
- 3.3 Orientarse al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.
- 3.4 Intentar mejorar los resultados a través de soluciones alternativas.
- 3.5 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
- 3.6 Evaluar el servicio prestado de manera ecuaníme y siguiendo el procedimiento establecido.
- 3.7 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.

4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:



- 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.
- 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
- 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
- 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
- 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
- 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
- 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
- 4.8 Capacidad 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 UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios, 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 llevar a cabo las directrices de negociación de una operación de importación o exportación en una empresa pequeña, con una compañía europea dedicada a la industria alimentaria, cumpliendo con los objetivos y procedimientos establecidos por la organización. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Localizar clientes o proveedores internacionales.



2. Contactar con clientes o proveedores internacionales.
3. Preparar la negociación de las condiciones de la operación.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (información de la operación: cliente o proveedor, mercancía, origen, destino, precio e *Incoterm*, esquema de cláusulas de precontrato de compraventa internacional, condiciones de compra o venta, bases de datos de empresas a nivel internacional, información socioeconómica del país con el que se va a tratar, informes comerciales, plan de compras y aprovisionamiento o plan de producción).
- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional 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, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Localización de clientes o proveedores internacionales.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Obtención de información acerca de clientes o proveedores.- Identificación de las condiciones de compra o de venta.- Selección del cliente o proveedor.- Actualización de la información del fichero maestro de clientes/proveedores. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>

<i>Contacto con clientes o proveedores internacionales.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de las características socioeconómicas del cliente o proveedor y las socioculturales del interlocutor a través de la información proporcionada.- Organización de la entrevista previo al contacto de acuerdo con las especificaciones recibidas y adaptándose al protocolo establecido.- Establecimiento del contacto inicial con el cliente o proveedor utilizando técnicas de comunicación apropiadas. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Preparación de la negociación de las condiciones de la operación.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Obtención de la información técnica y económica de la propuesta objeto de la negociación.- Identificación de los puntos fuertes y débiles de la propuesta objeto de la negociación.- Determinación de los aspectos a negociar y el margen de maniobra en cada caso.- Elaboración de la estrategia de negociación. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<p><i>La localización de clientes o proveedores internacionales se efectúa obteniendo toda la información necesaria a través de las fuentes entregadas, identificando las condiciones de compra o de venta más ventajosas para la operación, seleccionando al cliente o proveedor que más se adapta a los objetivos de la compañía y actualizando la información de todo el proceso en el fichero maestro de clientes/proveedores.</i></p>
3	<p><i>La localización de clientes o proveedores internacionales se efectúa obteniendo cierta información a través de las fuentes entregadas, identificando las condiciones de compra o de venta más ventajosas para la operación, seleccionando al cliente o proveedor que más se adapta a los objetivos de la compañía y actualizando la mayor parte de la información del proceso en el fichero maestro de clientes/proveedores.</i></p>
2	<p><i>La localización de clientes o proveedores internacionales se efectúa obteniendo cierta información a través de las fuentes entregadas, identificando las condiciones de compra o de venta de cada uno aunque sin seleccionar el cliente o proveedor que más se adapta a los objetivos de la compañía y actualizando la mayor parte de la información del proceso en el fichero maestro de clientes/proveedores.</i></p>
1	<p><i>La localización de clientes o proveedores internacionales se efectúa obteniendo poca información a través de las fuentes entregadas, identificando las condiciones de compra o de venta de cada uno aunque sin seleccionar el cliente o proveedor que más se adapta a los objetivos de la compañía y actualizando parte de la información del proceso en el fichero maestro de clientes/proveedores.</i></p>

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

Escala B

4	<i>La preparación de la negociación de las condiciones de la operación se efectúa obteniendo con detalle la información técnica y económica de la propuesta objeto de la negociación, identificando todos los puntos fuertes y débiles de la propuesta, determinando con rigor los aspectos clave a negociar así como el margen de maniobra en cada caso y elaborando la estrategia de negociación conforme a los objetivos de la compañía y las características del interlocutor.</i>
3	<i>La preparación de la negociación de las condiciones de la operación se efectúa obteniendo con detalle la información técnica y económica de la propuesta objeto de la negociación, identificando la mayoría de puntos fuertes y débiles de la propuesta, determinando ciertos aspectos a negociar así como el margen de maniobra en cada caso y elaborando la estrategia de negociación conforme a los objetivos de la compañía y las características del interlocutor.</i>
2	<i>La preparación de la negociación de las condiciones de la operación se efectúa obteniendo la información técnica y económica de la propuesta objeto de la negociación, identificando la mayoría de puntos fuertes y débiles de la propuesta, determinando ciertos aspectos a negociar así como el margen de maniobra en cada caso aunque sin elaborar la estrategia de negociación conforme a los objetivos de la compañía y las características del interlocutor.</i>
1	<i>La preparación de la negociación de las condiciones de la operación se efectúa obteniendo la información técnica y económica de la propuesta objeto de la negociación aunque sin identificar los puntos fuertes y débiles de la propuesta, determinando ciertos aspectos a negociar así como el margen de maniobra en cada caso aunque sin elaborar la estrategia de negociación conforme a los objetivos de la compañía y las características del interlocutor.</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.

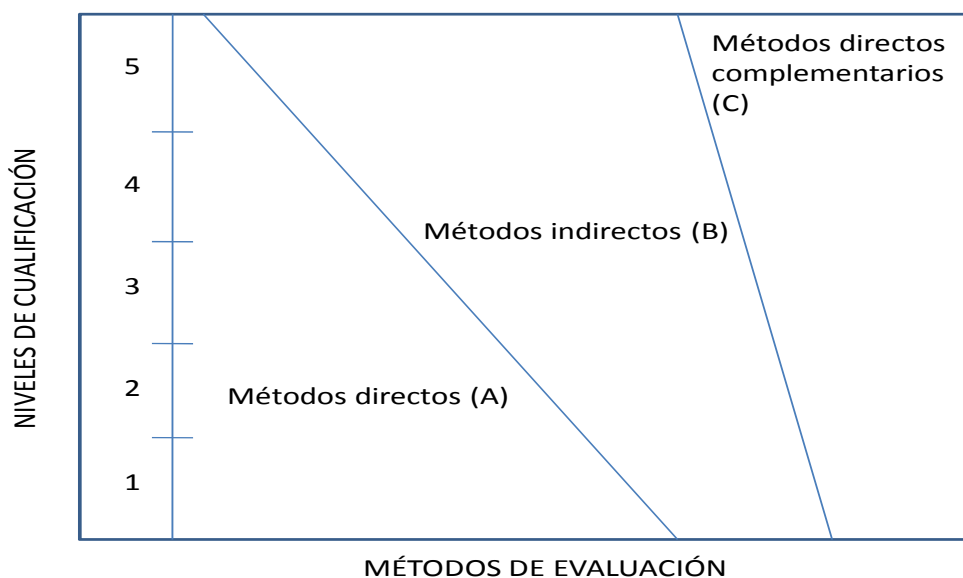
Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- 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 la asistencia en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos y servicios, 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades analíticas, de planificación, comunicación y



negociación, 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 se recomienda tener en consideración:
1. El dominio de las fuentes de información acerca de los aspectos relevantes en la operación a negociar.
 2. El manejo de los diferentes modos de operación directos, indirectos y mixtos a nivel internacional.
 3. La habilidad en la utilización de mecanismos para el tratamiento de las objeciones por parte de interlocutor.



4. El dominio de las técnicas de negociación habituales y de las diferentes tipologías de interlocutores.
5. La experiencia en licitaciones o concursos internacionales.
6. La respuesta ante una contingencia relacionada con el cambio del interlocutor en pleno proceso de preparación de la estrategia de negociación.
7. Que la valoración de ciertos aspectos que supongan interactuar con un tercero (cliente o proveedor) requerirán de una simulación de estos casos por parte de algún miembro de la comisión.



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional”

Transversal en las siguientes cualificaciones:

COM316_3 Marketing y compraventa internacional.

COM086_3 Gestión administrativa y financiera del comercio internacional.

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Código: COM316_3

NIVEL: 3



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 UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

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 en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, y que se indican a continuación:

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

1. ***Determinar la información requerida para la ejecución de operaciones de comercio internacional desde diversas fuentes orales en lengua inglesa y teniendo en cuenta el contexto.***



- 1.1. Obtener la información relevante en la ejecución de operaciones de comercio internacional durante reuniones, conversaciones y entrevistas con clientes y proveedores, aunque los discursos no estén estructurados.
 - 1.2. Identificar la información contextual y no verbal en conversaciones complejas entre terceros, a través del tono, el humor y comportamiento de los interlocutores.
 - 1.3. Extraer las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones o productos, a partir de las manifestaciones orales de los interlocutores.
 - 1.4. Obtener la información de los materiales audiovisuales técnicos, haciendo uso del diccionario.
 - 1.5. Obtener información detallada de las reclamaciones sobre productos, servicios u operaciones internacionales, a través de preguntas directas.
- 2. *Determinar la información explícita e implícita, en lengua inglesa, sobre los medios documentales habituales en operaciones de comercio internacional.***
- 2.1. Identificar los datos e información contenida en documentación tipo de comercio internacional, páginas web y otros medios, extrayendo la información relevante para las operaciones de este negocio.
 - 2.2. Determinar la terminología y jerga propias de las operaciones de comercio internacional en la documentación profesional habitual, utilizando herramientas de traducción.
 - 2.3. Obtener el significado de términos desconocidos, a través de fuentes de consulta externa.
 - 2.4. Determinar la información implícita en informes, estudios de mercado y/o documentación de análisis, aplicando criterios de contextualización y coherencia al documento o situación profesional en que se enmarca.
 - 2.5. Evaluar la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, según la complejidad y rigor necesarios en la interpretación de los textos profesionales.
 - 2.6. Transmitir a los superiores la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, cuando sea necesario, siguiendo los procedimientos internos establecidos.
 - 2.7. Obtener información en lenguaje abreviado de las comunicaciones online, interpretándolas según los usos más aceptados.
- 3. *Transmitir el mensaje oral en lengua inglesa, adaptándose a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, en función del medio de comunicación, tipo de registro e interlocutor.***
- 3.1. Elaborar el mensaje oral con los aspectos clave de la operativa de comercio internacional, adaptándose al medio de comunicación, tipo de registro e interlocutor y utilizando amplitud de vocabulario y registros lingüísticos.
 - 3.2. Exponer el mensaje oral en situaciones habituales de operaciones de comercio internacional, con una entonación adecuada y en función del contexto socioprofesional exigido.
 - 3.3. Adaptar el contenido de los mensajes a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, aplicando expresiones y normas de cortesía, en función del registro.
- 4. *Elaborar en lengua inglesa la documentación comercial y aduanera de operaciones de comercio internacional utilizando la estructura y expresiones propias del sector.***
- 4.1. Cumplimentar la documentación propia de la operación de comercio internacional, según las órdenes recibidas.



- 4.2. Redactar la correspondencia con los clientes/proveedores en operaciones de compraventa internacional, según la estructura y normas habituales del sector.
- 4.3. Elaborar el informe de seguimiento de la gestión de incidencias, facilitando la toma de decisiones para mejorar el servicio, con los términos y condiciones de la operación.
- 4.4. Traducir los documentos habituales en comercio internacional, evitando calcos semánticos y sintácticos, utilizando esporádicamente herramientas de traducción.
- 4.5. Adecuar la documentación comercial al registro de la operación comercial, en función de las normas socioculturales del receptor del documento.
- 4.6. Emplear el lenguaje abreviado y terminología específica del comercio internacional, según los usos habitualmente aceptados.

5. *Conversar en lengua inglesa en las relaciones y actividades de comercio internacional, tanto a nivel presencial como a distancia, adaptando la comunicación verbal y no verbal al tipo de registro e interlocutor.*

- 5.1. Mantener una conversación formal con uno o varios interlocutores, relacionando los puntos principales de la intervención y resolviendo las cuestiones planteadas.
- 5.2. Desarrollar conversaciones informales de diversa índole, adaptadas al registro y tono de la conversación.
- 5.3. Interactuar oralmente en contextos profesionales de conflicto o negociación, utilizando recursos lingüísticos y técnicos requeridos.
- 5.4. Interponer argumentos ante las quejas de clientes e incidencias propias del comercio internacional, sin necesidad de apoyo externo.
- 5.5. Adaptar las conversaciones orales, presenciales o a distancia, a las condiciones socioculturales del interlocutor, aplicando normas de cortesía en función del tipo de registro.
- 5.6. Adaptar el lenguaje corporal en las comunicaciones orales presenciales a las condiciones socioculturales del interlocutor, en función del destinatario.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. *Determinación de la información para la ejecución de operaciones de comercio internacional desde diversas fuentes orales en lengua inglesa.*

- Interpretación de discursos no estructurados, en lengua inglesa.
- Manejo de la información contextual y no verbal.
- Aplicación del tono, expresiones y comportamiento adecuados a cada relación, en lengua inglesa.
- Mecanismos para el tratamiento de objeciones del cliente.
- Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta presencial y/o telefónica.
- Tratamiento de reclamaciones y quejas de clientes.



2. Determinación de la información explícita e implícita, en lengua inglesa, sobre los medios documentales habituales en operaciones de comercio internacional.

- Fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación, en lengua inglesa.
- Usos habituales en la comunicación escrita según el canal de comunicación, en lengua inglesa.
- Comunicaciones escritas en lenguaje abreviado, en lengua inglesa.

3. Transmisión del mensaje oral adaptado a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, en lengua inglesa.

- Adaptación al medio de comunicación, en lengua inglesa.
 - Presencial.
 - A distancia.
- Contextos de comunicación/registros, en lengua inglesa.
 - Formal.
 - Informal.
- Normas de cortesía y cultura inglesa.
- Recursos lingüísticos, en lengua inglesa.
- Lenguaje persuasivo, en lengua inglesa.
- Negociación con clientes/proveedores.

4. Elaboración de la documentación comercial y aduanera de operaciones de comercio internacional, en lengua inglesa.

- Adaptación a diferentes condiciones socioprofesionales del interlocutor.
- Elaboración de guiones en inglés para la presentación de empresas/productos/servicios.
- Documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación.
- Conclusiones, despedida y cierre de una presentación.

5. Conversación en las relaciones y actividades de comercio internacional, en lengua inglesa, tanto a nivel presencial como a distancia.

- Coherencia argumental, en lengua inglesa.
- Uso del lenguaje corporal y la comunicación no verbal.
- Tratamiento de reclamaciones y conflictos.

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

- Regulación de la compraventa internacional.
- Pólizas de seguros de exportación/importación.
- *INCOTERMS*.
- Medios de cobro y pago internacionales.
- Regímenes de tránsito. Almacenes de depósito temporal. Depósitos aduaneros.
- Sistemas de información y comunicación con clientes y proveedores.

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 por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
 - 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
 - 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.

2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:
 - 2.1 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores.
 - 2.2 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.3 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
 - 2.4 Compartir la información de interés.

3. En relación con los clientes y proveedores deberá:
 - 3.1 Adoptar una actitud de escucha activa, cortés y diligente.
 - 3.2 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
 - 3.3 Orientarse al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.
 - 3.4 Intentar mejorar los resultados a través de soluciones alternativas.
 - 3.5 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
 - 3.6 Evaluar el servicio prestado de manera ecuánime y siguiendo el procedimiento establecido.
 - 3.7 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.

4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
 - 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.
 - 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
 - 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
 - 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
 - 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
 - 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
 - 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
 - 4.8 Capacidad 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 UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, 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 confeccionar la documentación comercial en para una exportación de mercancías, consiguiendo la información necesaria mediante conversaciones telefónicas con el cliente, adaptando la comunicación al canal e interlocutor, y utilizando recursos lingüísticos y sintácticos en lengua inglesa con un nivel de usuario competente. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Identificar la información de la operación.
2. Elaborar la documentación comercial.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (información general de la operación por escrito: país, cliente, mercancía; información particular de la operación mediante conversación: precio, *Incoterm*, medio de pago y plazos de entrega; informes comerciales,

documentación de transporte, documentos de seguro, documentación administrativa).

- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional 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, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Identificación de la información de la operación.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Determinación de las especificaciones de la operación a partir de documentación escrita en lengua inglesa.- Obtención de los detalles de la operación a partir de conversaciones orales con el cliente, en lengua inglesa.- Aclaración de las dudas que aparecen durante el proceso, utilizando la lengua inglesa.- Negociación de los aspectos relevantes, utilizando la lengua inglesa. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Elaboración de la documentación comercial.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Redacción, en lengua inglesa, de los documentos según las necesidades del cliente.- Adaptación de la redacción en lengua inglesa a los usos y registros.- Cumplimiento de los procedimientos establecidos y las órdenes recibidas.- Evaluación de la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación en los casos necesarios. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando todas las especificaciones a partir de los documentos disponible, obteniendo todos los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando la totalidad de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación, todo ello utilizando la lengua inglesa con un nivel de usuario competente.</i>
3	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando todas las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo todos los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando la mayoría de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación todo ello utilizando la lengua inglesa con un nivel de usuario competente.</i>
2	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando la mayoría de las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo algunos de los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando solo algunas de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación, todo ello utilizando la lengua inglesa pero sin un nivel de usuario competente.</i>
1	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando la mayoría de las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo algunos de los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando solo algunas de las dudas que surgen en el proceso y sin negociar aspecto alguno de la operación, todo ello utilizando la lengua inglesa pero sin un nivel de usuario competente.</i>

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

Escala B

4	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa, utilizando la lengua inglesa, redactando todos los documentos según todas las necesidades del cliente, adaptando la redacción a los usos y registros más adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando adecuadamente la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación cuando sea necesario.</i>
3	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa, utilizando la lengua inglesa, redactando todos los documentos según todas las necesidades del cliente, adaptando la mayor parte de la redacción a los usos y registros más adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación sin tener en cuenta todos los factores.</i>
2	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa redactando los documentos, sin tener en cuenta todas las necesidades del cliente al utilizar la lengua inglesa sin un nivel competente, adaptando la redacción a los usos y registros en algunos casos, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación sin tener en cuenta todos los factores.</i>
1	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa redactando los documentos sin tener en cuenta todas las necesidades del cliente y sin adaptar la redacción a los usos y registros adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y detectando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación.</i>



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

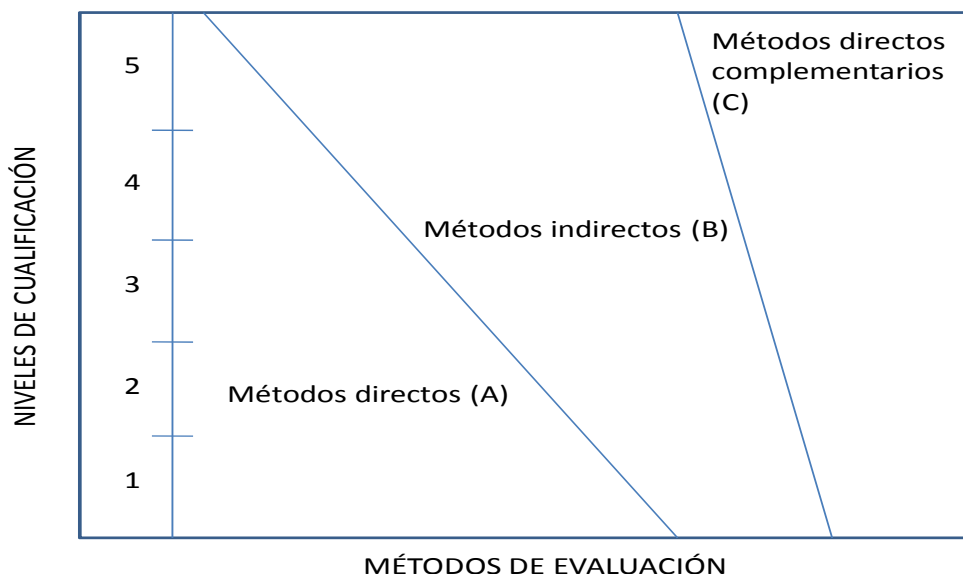
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

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:

- 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 comunicación en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades comunicativas y de redacción en idioma inglés, 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) Se recomienda evaluar la competencia de esta UC integrando el uso de inglés en las UCs.
- i) En la situación profesional de evaluación se recomienda tener en consideración:
 1. La posibilidad de facilitar las ayudas y medios habitualmente disponibles para un profesional en su entorno de trabajo: diccionarios y/o traductores.
 2. El planteamiento de simulaciones con diferentes canales e interlocutores para valorar la capacidad de adaptación del candidato a los mismos.
 3. La seguridad en la interpretación de las necesidades del cliente y la adecuada aclaración de los aspectos que no estén bien definidos.
 4. La habilidad comercial en la redacción de los documentos utilizando la lengua inglesa.

La respuesta ante una contingencia relacionada con la entrega de una información errónea en las especificaciones del cliente que afecta a la elaboración de la documentación, en un grado no crítico, pero que supone la modificación de algunos aspectos.



FONDO SOCIAL EUROPE
El FSE invierte en tu futur



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1011_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y
COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Código: COM316_3

NIVEL: 3



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 UC1011_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

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 en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, y que se indican a continuación:

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



1. Determinar la información requerida para la ejecución de operaciones de comercio internacional desde diversas fuentes orales en lengua extranjera distinta del inglés, y teniendo en cuenta el contexto.

- 1.1. Obtener la información relevante en la ejecución de operaciones de comercio internacional durante reuniones, conversaciones y entrevistas con clientes y proveedores, aunque los discursos no estén estructurados.
- 1.2. Identificar la información contextual y no verbal en conversaciones complejas entre terceros, a través del tono, el humor y comportamiento de los interlocutores.
- 1.3. Extraer las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones o productos, a partir de las manifestaciones orales de los interlocutores.
- 1.4. Obtener la información de los materiales audiovisuales técnicos, haciendo uso del diccionario.
- 1.5. Obtener información detallada de las reclamaciones sobre productos, servicios u operaciones internacionales, a través de preguntas directas.

2. Determinar la información explícita e implícita, en lengua extranjera distinta del inglés, sobre los medios documentales habituales en operaciones de comercio internacional.

- 2.1. Identificar los datos e información contenida en documentación tipo de comercio internacional, páginas web y otros medios, extrayendo la información relevante para las operaciones de este negocio.
- 2.2. Determinar la terminología y jerga propias de las operaciones de comercio internacional en la documentación profesional habitual, utilizando herramientas de traducción.
- 2.3. Obtener el significado de términos desconocidos, a través de fuentes de consulta externa.
- 2.4. Determinar la información implícita en informes, estudios de mercado y/o documentación de análisis, aplicando criterios de contextualización y coherencia al documento o situación profesional en que se enmarca.
- 2.5. Evaluar la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, según la complejidad y rigor necesarios en la interpretación de los textos profesionales.
- 2.6. Transmitir a los superiores la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, cuando sea necesario, siguiendo los procedimientos internos establecidos.
- 2.7. Obtener información en lenguaje abreviado de las comunicaciones online, interpretándolas según los usos más aceptados.

3. Transmitir el mensaje oral en lengua extranjera distinta del inglés, adaptándose a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, en función del medio de comunicación, tipo de registro e interlocutor.

- 3.1. Elaborar el mensaje oral con los aspectos clave de la operativa de comercio internacional, adaptándose al medio de comunicación, tipo de registro e interlocutor y utilizando amplitud de vocabulario y registros lingüísticos.
- 3.2. Exponer el mensaje oral en situaciones habituales de operaciones de comercio internacional, con una entonación adecuada y en función del contexto socioprofesional exigido.
- 3.3. Adaptar el contenido de los mensajes a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, aplicando expresiones y normas de cortesía, en función del registro.



4. *Elaborar en lengua extranjera distinta del inglés la documentación comercial y aduanera de operaciones de comercio internacional, utilizando la estructura y expresiones propias del sector.*

- 4.1. Cumplimentar la documentación propia de la operación de comercio internacional, según las órdenes recibidas.
- 4.2. Redactar la correspondencia con los clientes/proveedores en operaciones de compraventa internacional, según la estructura y normas habituales del sector.
- 4.3. Elaborar el informe de seguimiento de la gestión de incidencias, facilitando la toma de decisiones para mejorar el servicio, con los términos y condiciones de la operación.
- 4.4. Traducir los documentos habituales en comercio internacional, evitando calcos semánticos y sintácticos, utilizando esporádicamente herramientas de traducción.
- 4.5. Adecuar la documentación comercial al registro de la operación comercial, en función de las normas socioculturales del receptor del documento.
- 4.6. Emplear el lenguaje abreviado y terminología específica del comercio internacional, según los usos habitualmente aceptados.

5. *Conversar en lengua extranjera distinta del inglés en las relaciones y actividades de comercio internacional, tanto a nivel presencial como a distancia, adaptando la comunicación verbal y no verbal al tipo de registro e interlocutor.*

- 5.1. Mantener una conversación formal con uno o varios interlocutores, relacionando los puntos principales de la intervención y resolviendo las cuestiones planteadas.
- 5.2. Desarrollar conversaciones informales de diversa índole, con fluidez y coherencia discursiva, adaptadas al registro y tono de la conversación.
- 5.3. Interactuar oralmente en contextos profesionales de conflicto o negociación, utilizando recursos lingüísticos y técnicos suficientes, manejando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión.
- 5.4. Interponer argumentos ante las quejas de clientes e incidencias propias del comercio internacional, de manera coherente, sin necesidad de apoyo externo.
- 5.5. Adaptar las conversaciones orales, presenciales o a distancia, a las condiciones socioculturales del interlocutor, aplicando normas de cortesía en función del tipo de registro.
- 5.6. Adaptar el lenguaje corporal en las comunicaciones orales presenciales a las condiciones socioculturales del interlocutor, en función del destinatario.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC1011_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

- 1. *Determinación de la información para la ejecución de operaciones de comercio internacional desde diversas fuentes orales, en lengua extranjera distinta del inglés.***



- Interpretación de discursos no estructurados, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Manejo de la información contextual y no verbal.
- Aplicación del tono, expresiones y comportamiento adecuados a cada relación, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Mecanismos para el tratamiento de objeciones del cliente.
- Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta presencial y/o telefónica.
- Tratamiento de reclamaciones y quejas de clientes.

2. Determinación de la información explícita e implícita, en lengua extranjera distinta del inglés, sobre los medios documentales habituales en operaciones de comercio internacional.

- Fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Usos habituales en la comunicación escrita según el canal de comunicación, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Comunicaciones escritas en lenguaje abreviado, en lengua extranjera distinta del inglés.

3. Transmisión del mensaje oral adaptado a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional, en lengua extranjera distinta del inglés.

- Adaptación al medio de comunicación, en lengua extranjera distinta del inglés.
 - Presencial.
 - A distancia.
- Contextos de comunicación/registros, en lengua extranjera distinta del inglés:
 - Formal.
 - Informal.
- Normas de cortesía y cultura extranjeras, no inglesas.
- Recursos lingüísticos, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Lenguaje persuasivo, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Negociación con clientes/proveedores.

4. Elaboración de la documentación comercial y aduanera de operaciones de comercio internacional, en lengua extranjera distinta del inglés.

- Adaptación a diferentes condiciones socioprofesionales del interlocutor.
- Elaboración de guiones en lengua extranjera distinta del inglés para la presentación de empresas/productos/servicios.
- Documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación.
- Conclusiones, despedida y cierre de una presentación.

5. Conversación en las relaciones y actividades de comercio internacional, en lengua extranjera distinta del inglés, tanto a nivel presencial como a distancia.

- Coherencia argumental, en lengua extranjera distinta del inglés.
- Uso del lenguaje corporal y la comunicación no verbal.
- Tratamiento de reclamaciones y conflictos.



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

- Regulación de la compraventa internacional.
- Pólizas de seguros de exportación/importación.
- *INCOTERMS*.
- Medios de cobro y pago internacionales.
- Regímenes de tránsito. Almacenes de depósito temporal. Depósitos aduaneros.
- Sistemas de información y comunicación con clientes y proveedores.

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 por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
 - 1.3 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
 - 1.4 Gestionar la información y los recursos de manera idónea y eficaz.
 - 1.5 Participar en la implantación de sistemas de control de calidad y mejora continua.
2. En la relación con los compañeros de trabajo deberá:
 - 2.1 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores.
 - 2.2 Comunicarse de forma clara y concisa con los compañeros, respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.3 Gestionar el tiempo de trabajo para que no afecte a otros compañeros que esperan el resultado de sus procesos.
 - 2.4 Compartir la información de interés.
3. En relación con los clientes y proveedores deberá:
 - 3.1 Adoptar una actitud de escucha activa, cortés y diligente.
 - 3.2 Comunicar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas designadas en cada momento.
 - 3.3 Orientarse al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.
 - 3.4 Intentar mejorar los resultados a través de soluciones alternativas.
 - 3.5 Valorar las propuestas de cada proveedor con equidad y transparencia.
 - 3.6 Evaluar el servicio prestado de manera ecuánime y siguiendo el procedimiento establecido.
 - 3.7 Comunicarse de forma fluida, principalmente cuando haya incidencias en el servicio contratado.
4. En relación con otros aspectos y/o capacidades deberá:
 - 4.1 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación.



- 4.2 Resolver las incidencias con rapidez y rigor en situaciones problemáticas.
- 4.3 Demostrar confianza en sí mismo y convicción en los propios puntos de vista ante terceros.
- 4.4 Evaluar con frecuencia y profundidad su propio comportamiento y actuaciones.
- 4.5 Actuar con responsabilidad ante los éxitos y también ante los fracasos.
- 4.6 Cuidar la imagen personal cuando se represente a la organización en algún encuentro o reunión con clientes y/o proveedores.
- 4.7 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora y estando actualizado a través de la formación continua.
- 4.8 Capacidad 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 UC1011_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, 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 confeccionar la documentación comercial para una exportación de mercancías, consiguiendo la información necesaria mediante conversaciones telefónicas con el cliente, adaptando la comunicación al canal e interlocutor, y utilizando recursos lingüísticos y sintácticos en lengua extranjera distinta del inglés con un nivel de usuario competente. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Identificar la información de la operación.



2. Elaborar la documentación comercial.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de los equipos, materiales, documentación e información técnica, necesarios para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector (información general de la operación por escrito: país, cliente, mercancía; información particular de la operación mediante conversación: precio, *Incoterm*, medio de pago y plazos de entrega; informes comerciales, documentación de transporte, documentos de seguro, documentación administrativa).
- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional 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, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Identificación de la información de la operación.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Determinación de las especificaciones de la operación a partir de documentación escrita en lengua extranjera distinta del inglés.- Obtención de los detalles de la operación a partir de conversaciones orales con el cliente, en lengua extranjera distinta del inglés.- Aclaración de las dudas que aparecen durante el proceso, utilizando una lengua extranjera distinta del inglés.- Negociación de los aspectos relevantes, utilizando una lengua extranjera distinta del inglés. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>

Elaboración de la documentación comercial.

- Redacción, en lengua extranjera distinta del inglés, de los documentos según las necesidades del cliente.
- Adaptación de la redacción en lengua extranjera distinta del inglés a los usos y registros.
- Cumplimiento de los procedimientos establecidos y las órdenes recibidas.
- Evaluación de la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación en los casos necesarios.

El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.

Escala A

4	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando todas las especificaciones a partir de los documentos disponible, obteniendo todos los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando la totalidad de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación, todo ello utilizando una lengua extranjera distinta del inglés con un nivel de usuario competente.</i>
3	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando todas las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo todos los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando la mayoría de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación todo ello utilizando una lengua extranjera distinta del inglés con un nivel de usuario competente.</i>
2	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando la mayoría de las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo algunos de los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando solo algunas de las dudas que surgen en el proceso y negociando los aspectos más relevantes de la operación, todo ello utilizando una lengua extranjera distinta del inglés pero sin un nivel de usuario competente.</i>
1	<i>La identificación de la información de la operación se efectúa determinando la mayoría de las especificaciones a partir de los documentos disponibles, obteniendo algunos de los detalles de la operación a partir de conversaciones con el cliente, aclarando solo algunas de las dudas que surgen en el proceso y sin negociar aspecto alguno de la operación, todo ello utilizando una lengua extranjera distinta del inglés pero sin un nivel de usuario competente.</i>

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

Escala B

4	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa, utilizando una lengua extranjera distinta del inglés con un nivel competente, redactando todos los documentos según todas las necesidades del cliente, adaptando la redacción a los usos y registros más adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando adecuadamente la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación cuando sea necesario.</i>
3	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa, utilizando una lengua extranjera distinta del inglés con un nivel competente, redactando todos los documentos según todas las necesidades del cliente, adaptando la mayor parte de la redacción a los usos y registros más adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación sin tener en cuenta todos los factores.</i>
2	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa redactando los documentos, sin tener en cuenta todas las necesidades del cliente al utilizar una lengua extranjera distinta del inglés sin un nivel competente, adaptando la redacción a los usos y registros en algunos casos, cumpliendo los procedimientos establecidos y evaluando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación sin tener en cuenta todos los factores.</i>
1	<i>La elaboración de la documentación comercial se efectúa redactando los documentos sin tener en cuenta todas las necesidades del cliente y sin adaptar la redacción a los usos y registros adecuados en cada caso, cumpliendo los procedimientos establecidos y detectando la necesidad de acudir a profesionales de la traducción e interpretación.</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.

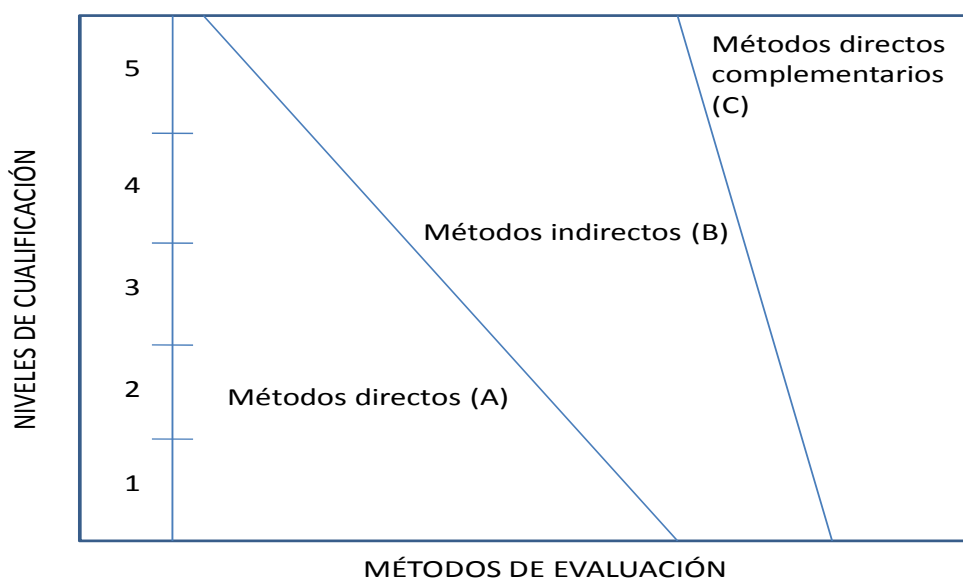
Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- 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 la comunicación en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional, 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades comunicativas y de redacción en una lengua extranjera distinta del inglés, 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 se recomienda tener en consideración:
1. La posibilidad de facilitar las ayudas y medios habitualmente disponibles para un profesional en su entorno de trabajo: diccionarios y/o traductores.



2. El planteamiento de simulaciones con diferentes canales e interlocutores para valorar la capacidad de adaptación de la persona candidata a los mismos.
3. La seguridad en la interpretación de las necesidades del cliente y la adecuada aclaración de los aspectos que no estén bien definidos.
4. La habilidad comercial en la redacción de los documentos utilizando una lengua extranjera distinta del inglés.
5. La respuesta ante una contingencia relacionada con la entrega de una información errónea en las especificaciones del cliente que afecta a la elaboración de la documentación, en un grado no crítico, pero que supone la modificación de algunos aspectos.



GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Benchmarking: Proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés.

Canales de distribución/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.

Carta de intenciones: Documento que describe un acuerdo entre dos o más partes, que contiene compromisos que más tarde pueden formalizarse mediante un contrato.

Compañía de trading: Empresa de servicios, generalmente comerciales, muy útil por su eficiencia, capacidad de negociación, recursos, etc. Es un instrumento fundamental, que facilita la inserción en el mercado mundial de empresas locales, en especial de Pymes, porque cuenta con los recursos que son escasos en ellas, por ejemplo acceso a información, financiación, etc. y asume los costos del desarrollo de mercados externos.

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.

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

Enterprise Resource Planning (ERP): Herramienta software de información centralizada, orientada a registrar e integrar la mayoría de los procesos de negocio en una compañía.

Estudio de mercado: Proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.



Fuentes de información primaria: Documentos físicos o virtuales que nos proporcionan datos específicos sobre el problema a analizar en un estudio de mercado.

Fuentes de información secundaria: Documentos físicos o virtuales que nos proporcionan datos genéricos, estadísticos o cualitativos sobre el problema a analizar en un estudio de mercado, que no han sido diseñados específicamente para el tratamiento del problema o el asunto que nos proponemos investigar pero que contienen datos relacionados.

Incoterm: Reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Regulan la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. No regulan la forma de pago ni la legislación aplicable.

Información contextual: Datos cuya interpretación depende del contexto en el que se produzcan.

Jerga: Lenguaje especial y familiar que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios.

Joint-venture: Acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más organizaciones con intereses comunes.

Marketing directo: Comunicación a través de determinados medios que introduce la posibilidad de suscitar una reacción en el posible comprador.

Marketing-mix: Proceso consistente en la combinación y coordinación de las variables del marketing (producto, precio, promoción y distribución), para la obtención de los objetivos propuestos.

Merchandising: Técnica empleada para la optimización de las ventas.

Muestra: Subconjunto de elementos de una población de la que se quiere obtener información. Para que la muestra sea válida, debe ser representativa, es decir, que en su estructura se reproduzcan las características de la población.

Packaging: Conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al posible comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro de un mercado.

Piggyback: Forma de cooperación en la que una empresa (portadora) pone su infraestructura de ventas en el extranjero a disposición de una u otras empresas (portadas), bajo unas condiciones financieras o comerciales determinadas.



Plan-Do-Check-Act (PDCA): Estrategia de mejora continua de la calidad en cuatro pasos: planificar, hacer, verificar y actuar.

Principios UNIDROIT: Leyes modelo o convenios desarrollados por el Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado que es una organización intergubernamental cuya misión consiste en estudiar la manera de armonizar y coordinar el derecho privado de los Estados o grupos de Estados y preparar gradualmente la adopción por parte de los distintos Estados de una legislación de derecho privado uniforme.

Punto muerto del producto/servicio: Número mínimo de unidades que una empresa necesita producir y vender para que el beneficio en ese momento sea cero.

Sistema de Información de Mercados (SIM): Conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos, con el fin de transformarlos en información útil para tomar decisiones de marketing.

Subsidiaria comercial: Entidad asociada a otra con el objetivo de canalizar todos los pedidos de compra de los productos/servicios de la entidad matriz en el mercado exterior donde se encuentra.

Tabulación cruzada: Proceso de creación de una tabla de contingencia desde la distribución de frecuencias multivariada de las variables estadísticas.

Tabulación unidireccional: Clasificación de variables sencillas existentes en un estudio estadístico. Muestra el número de encuestados que dieron cada posible respuesta en el cuestionario.

Técnicas de comunicación: Procedimientos o herramientas, normas o protocolos, que tienen como objetivo mantener una correcta y eficaz transmisión de información.