



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE GESTIÓN
DEL PEQUEÑO COMERCIO**

Código: COM631_2

NIVEL: 2

GUÍAS DE EVIDENCIA DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

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



FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro



ÍNDICE GENERAL ABREVIADO

1. Presentación de la Guía	4
2. Criterios generales para la utilización de las Guías de Evidencia	5
3. Guía de Evidencia de la UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad	7
4. Guía de Evidencia de la UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio	23
5. Guía de Evidencia de la UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio	37
6. Guía de Evidencia de la UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización	51
7. Guía de Evidencia de la UC1792_2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios	67
8. Glosario de términos utilizado en Actividades de gestión del pequeño comercio	87



1. PRESENTACIÓN DE LA GUÍA

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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

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

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

1. la empresa deberá:
 - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa así como por el conocimiento de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprometerse y respetar los parámetros identificativos de empresa a través de la muestra de la imagen, valores y política de actuación.
 - 1.3 Gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas
 - 1.4 Gestionar la información de forma adecuada y eficiente.
 - 1.5 Hacer readaptaciones con habilidad durante la ejecución de la tarea encomendada cuando sea necesario.

2. En relación con el cliente deberá:
 - 2.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con el cliente.
 - 2.3 Causar buena impresión en los otros y mantenerla en el tiempo.
 - 2.4 Tener capacidad de persuasión.
 - 2.5 Orientar al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.

3. En relación con la actitud personal deberá :
 - 3.1 Mantener una actitud laboral positiva y de seguridad en situaciones de decepción y/o rechazo ante posibles críticas.
 - 3.2 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora.
 - 3.3 Plantear y argumentar de forma lógica y razonable sobre las situaciones dadas.
 - 3.4 Aplicar metodologías DAFO en su trabajo habitual, para la mejora de los problemas que surgen en el desarrollo de la actividad.



1.1. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

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

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.1.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para realizar la venta de productos y/o servicios genérico de consumo, así como la ejecución de la venta a través de canal presencial o telefónico con un cliente, hasta el cierre documental de la misma, a partir de una información que se le facilite referida al tipo de productos/servicios y clientes, cumpliendo la normativa aplicable de comercio y respetando los derechos de los consumidores. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

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

Condiciones adicionales:



- Se facilitará un plan de actuación de venta general para trabajar a partir del mismo.
- Contará con bases de datos de clientes y catálogos de productos/servicios para elaboración de su plan de acción propio de venta.



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización”

Transversal en las siguientes cualificaciones:

- COM085_2 Actividades de venta.
- COM314_3 Gestión comercial de ventas.
- COM631_2 Actividades de gestión del pequeño comercio.



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que estas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización.

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales principales y secundarias que intervienen en la venta de productos y/o servicios, utilizando las diferentes técnicas y canales de comercialización, y que se indican a continuación:

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

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



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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.



La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

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

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

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

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



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

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

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

4. Atención de las quejas y reclamaciones de los clientes

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

5. Seguimiento postventa.

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

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

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

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.



La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

1. En relación con la empresa deberá:
 - 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa así como por el conocimiento de la organización y sus procesos.
 - 1.2 Comprometerse y respetar los parámetros identificativos de empresa a través de la muestra de la imagen, valores y política de actuación.
 - 1.3 Gestionar el tiempo de trabajo cumpliendo plazos y priorizando tareas
 - 1.4 Gestionar la información de forma adecuada y eficiente.
 - 1.5 Hacer readaptaciones con habilidad durante la ejecución de la tarea encomendada cuando sea necesario.

2. En relación con el cliente deberá:
 - 2.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa respetando los canales establecidos en la organización.
 - 2.2 Utilizar la asertividad, empatía, sociabilidad y respeto en el trato con el cliente.
 - 2.3 Causar buena impresión en los otros y mantenerla en el tiempo.
 - 2.4 Tener capacidad de persuasión.
 - 2.5 Orientar al cliente demostrando interés y preocupación por atender sus necesidades de forma satisfactoria.

3. En relación con la actitud personal deberá :
 - 3.1 Mantener una actitud laboral positiva y de seguridad en situaciones de decepción y/o rechazo ante posibles críticas.
 - 3.2 Orientarse hacia la superación proponiéndose objetivos de mejora.
 - 3.3 Plantear y argumentar de forma lógica y razonable sobre las situaciones dadas.
 - 3.4 Aplicar metodologías DAFO en su trabajo habitual, para la mejora de los problemas que surgen en el desarrollo de la actividad.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

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



Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para realizar la venta de productos y/o servicios genérico de consumo, así como la ejecución de la venta a través de canal presencial o telefónico con un cliente, hasta el cierre documental de la misma, a partir de una información que se le facilite referida al tipo de productos/servicios y clientes, cumpliendo la normativa aplicable de comercio y respetando los derechos de los consumidores. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

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

Condiciones adicionales:

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



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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

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

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

Escala A

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

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

Escala B

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

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

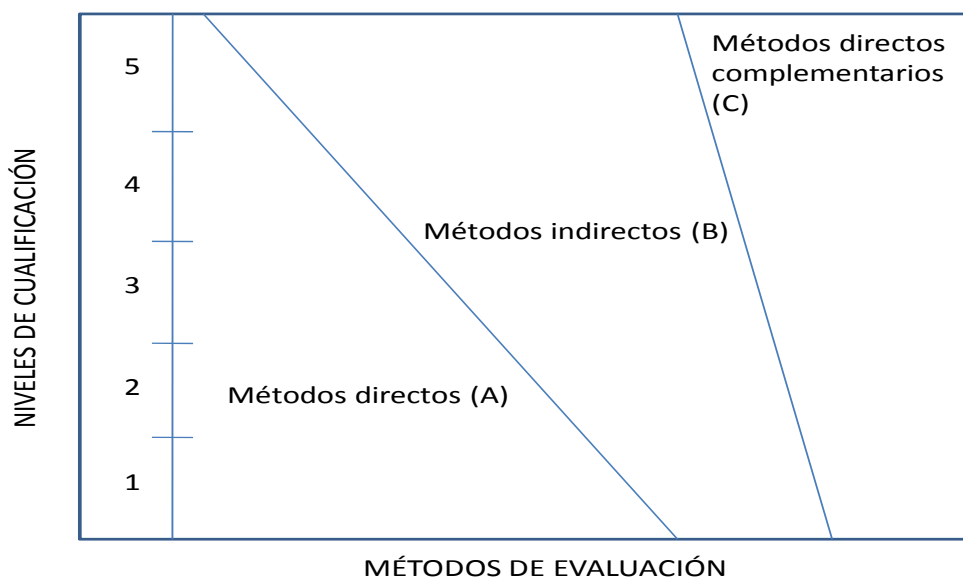
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

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

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
- Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de



observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación no formal y no tenga experiencia en la venta de productos o servicios a través diferentes canales de comercialización, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia



de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.

- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades sociales, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.

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



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



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE
GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO**

Código: COM631_2

NIVEL: 2



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

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 el impulso y gestión de un pequeño comercio de calidad, y que se indican a continuación:

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

- 1. Establecer las características generales del pequeño comercio, determinando la ubicación, el surtido y la amplitud de la gama de los productos, entre otros factores.**



- 1.1 Obtener información relacionada con el entorno comercial, zona comercial, surtido de productos u otra, partiendo de fuentes de información local y organizaciones o asociaciones de comerciantes.
- 1.2 Determinar las necesidades del comercio, en función de la idea de negocio y a los clientes que se dirige.
- 1.3 Elaborar un plan de inversiones básico, de acuerdo a las necesidades establecidas anteriormente.
- 1.4 Determinar la ubicación del local, considerando factores tales como coste, situación entre otros.
- 1.5 Definir el surtido y la amplitud de la gama de los productos del establecimiento, a partir de la detección continua de oportunidades no satisfechas en la zona de influencia del local, novedades en el mercado, tendencias u otros.
- 1.6 Valorar la posibilidad de comercialización *online*, venta electrónica o uso de otras tecnologías de venta a distancia, en base a los costes, tipo de producto a comercializar, impacto a comercializar u otros.
- 1.7 Determinar los precios PVP de los productos, en función de los costes, margen de beneficios, impuestos al consumo, precios de la competencia, percepción del valor por el cliente, diferenciación del producto, ciclo de vida u otros.

2. Adquirir los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio al por menor en función de las características de la tienda y de los productos ofertados.

- 2.1 Determinar la modalidad de disposición del local, a partir del análisis de los derechos, costes y obligaciones derivadas de cada una.
- 2.2 Adquirir las instalaciones, equipamiento y mobiliario necesarios para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio, teniendo en cuenta los requisitos legales y conforme a criterios de calidad y coste económico de los mismos.
- 2.3 Determinar las necesidades de personal, de acuerdo a las funciones y procesos definidos en el pequeño comercio.
- 2.4 Efectuar la entrevista a los candidatos, mediante un sistema de preguntas y técnicas de escucha activa.
- 2.5 Solicitar ayudas y subvenciones dirigidas a la modernización del pequeño comercio, valorando su necesidad y oportunidad, los compromisos y requerimientos exigidos por los órganos competentes, utilizando, en su caso, servicios de asesoramiento externo.
- 2.6 Negociar las condiciones de los servicios bancarios y productos de financiación y de crédito para el pequeño comercio siguiendo el procedimiento pactado con las entidades financieras.
- 2.7 Contratar las pólizas de seguro para el ejercicio de la actividad, en función de las coberturas necesarias según las circunstancias, riesgos, contingencias y exigencias legales de la actividad específica del pequeño comercio.

3. Cumplir con las obligaciones mercantiles, laborales y tributarias del pequeño comercio de forma personal y, en su caso, utilizando servicios de asesoramiento externo.

- 3.1 Obtener información sobre trámites y gestiones a realizar en la puesta en marcha y en el ejercicio de la actividad, acudiendo a los organismos locales y autonómicos competentes en materia de comercio, asociaciones locales de comerciantes y empresas, puntos de información, ventanilla única y orientación para el apoyo al emprendedor.



- 3.2 Cumplimentar los formularios de los permisos y licencias de apertura y de actividad para el nuevo establecimiento de acuerdo con la normativa nacional, autonómica y sectorial.
- 3.3 Distribuir el equipamiento y elementos exigidos legalmente, mediante un plano a escala elaborado, respetando la normativa local y considerando los criterios comerciales y de accesibilidad a los productos expuestos.
- 3.4 Tramitar el registro y depósito mercantil de los documentos obligatorios, de acuerdo con la normativa vigente y la forma jurídica que precise.
- 3.5 Efectuar los trámites de carácter laboral del comerciante, dependiente o personal a su cargo, de acuerdo al procedimiento establecido por el organismo competente.
- 3.6 Seleccionar las distintas opciones de tributación, comparando ventajas e inconvenientes de los regímenes de beneficios e IVA.
- 3.7 Liquidar los impuestos y obligaciones fiscales de la actividad, teniendo en cuenta el calendario fiscal.
- 3.8 Registrar las transacciones económicas, contabilizando los documentos de acuerdo al PGC correspondiente.
- 3.9 Archivar la documentación mercantil, contable, fiscal y laboral, de acuerdo a los criterios y plazos legales de custodia, seguridad y confidencialidad.

4. Gestionar la tesorería del pequeño comercio efectuando las operaciones económicas necesarias.

- 4.1 Cuantificar ingresos, costes y gastos previsibles, en función de los volúmenes de venta, demanda prevista y la información obtenida de los resultados de la actividad y de fuentes externas.
- 4.2 Elaborar un calendario de cobros y pagos, ajustándolo conforme a las necesidades, compromisos y obligaciones del pequeño comercio.
- 4.3 Efectuar las operaciones de cobro y pago de la actividad de la tienda utilizando los medios de cobro y pago.
- 4.4 Asegurar disponibilidad de efectivo y cambio en caja diariamente, comprobando el montante disponible y retirando efectivo de las entidades financieras en su caso.
- 4.5 Valorar la situación económica y financiera del pequeño comercio, utilizando ratios de rentabilidad, endeudamiento, solvencia u otros sencillos, detectando desajustes y aplicando los recursos apropiados para su corrección.

5. Implantar sistemas de calidad y de buenas prácticas, adaptándolos a las características del pequeño comercio.

- 5.1 Establecer sistemas de atención y asesoramiento al cliente, conforme a criterios de calidad, cortesía, comprensión, credibilidad, trato personalizado, aplicándolos a distintas situaciones comerciales, presenciales y no presenciales.
- 5.2 Establecer servicios de valor añadido a las ventas del producto, valorando los costes de estos servicios, e implantándolos según las características de la tienda, las demandas de la clientela y los usos de sector.
- 5.3 Determinar los horarios y calendarios de apertura, periodos promocionales del comercio u otros aspectos, respetando normativa y calendario y usos habituales en el comercio al por menor.
- 5.4 Efectuar el seguimiento de la calidad del servicio prestado, evaluando el grado de satisfacción de la clientela, recogiendo sugerencias, valorando las incidencias y definiendo acciones de mejora.



- 5.5 Mantener accesible la información y el precio de los productos a ofertar al consumidor, marcándolos en las etiquetas correspondientes y actualizándolos de manera periódica.
- 5.6 Comprobar la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del terminal de muestreo, verificando periódicamente su coincidencia.
- 5.7 Comprobar el estado de las instalaciones y funcionalidad del surtido del producto, verificando el correcto mantenimiento y grado de conservación.
- 5.8 Establecer medidas de control y seguridad del producto, utilizando sistemas electrónicos de alarma o vigilancia, realizando inventarios físicos periódicos o mediante otros instrumentos.
- 5.9 Valorar la conveniencia de contratar pólizas de seguros, en función del riesgo a asegurar, prima a pagar u otros factores.
- 5.10 Establecer un sistema de tratamiento de residuos, envases y embalajes y de eficiencia energética, conforme a principios y sistemas de gestión medioambiental aplicados a pequeños comercios.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Establecimiento de las características generales del pequeño comercio.

- Análisis del entorno comercial: localización, zona de influencia, clientela, competidores.
- Elaboración de las necesidades del negocio.
- Elaboración de planes de inversión básicos. Las necesidades de financiación y tesorería.
- Técnicas de selección de la ubicación del local comercial.
- Definición de la oferta comercial.
- La comercialización *online* y otras tecnologías.

2. Adquisición en recursos para la puesta en marcha del comercio.

- Elección en la modalidad del local.
- Adquisición de las instalaciones comerciales y equipamiento comercial.
- Las necesidades de personal. La entrevista.
- Subvenciones y ayudas públicas al pequeño comercio.
- Otras formas de financiación: condiciones.

3. Cumplimiento en las obligaciones mercantiles, laborales y tributarias del pequeño comercio.

- Trámites y gestiones de constitución, apertura y modificaciones del pequeño comercio.
- La ventilla única empresarial.
- Instalación de equipamientos y elementos exigidos legalmente. Plano a escala.



- Los registros Oficiales. Las obligaciones registrales.
- Gestión laboral en pequeños comercios: altas, bajas, nóminas y boletines de cotización.
- Gestión fiscal en pequeños comercios: modalidades de tributación y calendario fiscal.
- Procedimientos de declaración tributaria en pequeños comercios: IVA, IRPF u otros.
- Gestión contable en pequeños comercios. El PCG.
- El archivo.

4. Gestión de la tesorería del pequeño comercio.

- Cuantificación de ingresos, costes y gastos.
- Medios de cobro y pago.
- Técnicas de control de los flujos de tesorería y liquidez en pequeños comercios: calendario de cobros y pagos, ajustes y desajustes de liquidez.
- Ratios de rentabilidad, endeudamiento, solvencia u otros.

5. Implantación de sistemas de calidad en el pequeño comercio.

- Definición de pautas y estrategias de atención y asesoramiento al cliente.
- Implantación de servicios adicionales a la venta.
- Determinación de horarios y promociones del comercio.
- Instrumentos de medida de la satisfacción de la clientela. Sugerencias e incidencias.
- Sistemas de etiquetados.
- Sistemas de control, prevención y evaluación de robos, hurtos, roturas, y daños en los productos en pequeños comercios.
- Sistema de gestión de residuos, envases y embalajes en pequeños comercios.

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

- Aplicaciones ofimáticas a nivel de usuario, de facturación y ventas, y TPV.
- Manuales y procedimientos en materia de competencia y comercio.
- Manuales y procedimientos mercantiles, fiscales y tributarios.
- Riesgos y seguros en el pequeño comercio. Selección de pólizas de seguros.

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 Hacer suyo el sistema de organización de trabajo y su proceso productivo.
- 1.2 Demostrar flexibilidad, para afrontar diferentes situaciones de trabajo y sus cambios.
- 1.3 Gestionar su tiempo de trabajo (incluye aspectos como cumplir plazos establecidos, priorización de tareas u otros).
- 1.4 Utilizar los recursos del modo más idóneo, rápido, económico y eficaz.



2. En relación con los clientes deberá:

- 2.1 Comunicarse eficazmente de forma clara y concisa, con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
- 2.2 Ser asertivo, empático, sociable y respetuoso con el trato con las personas.
- 2.3 Orientar al usuario, demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente sus necesidades.
- 2.4 Ser persuasivo.

3. En relación con otros aspectos deberá:

- 3.1 Responsabilizarse del trabajo que se desarrolla y del cumplimiento de los objetivos, así como en la asunción de riesgos y en los errores y fracasos.
- 3.2 Respetar y cumplir los procedimientos y normas internas de la empresa, así como las normas de prevención de riesgos laborales y medio ambientales.
- 3.3 Tener iniciativa y autonomía personal en la toma de decisiones.
- 3.4 Tener capacidad de síntesis.

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 UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad, 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 impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad que se dedica a la venta de electrodomésticos al por menor situado en una ciudad de tamaño medio y cuyo segmento de clientes objetivo es clase media-baja asalariada. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Establecer las características generales del pequeño comercio.
2. Adquirir los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio al por menor.
3. Implantar sistemas de calidad y de buenas prácticas.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamiento comercial, catálogo de productos, sistemas de facturación, información de servicios financieros, cuestionarios de satisfacción, seguridad para el local y servicios adicionales a la venta.
- 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>Establecimiento de las características generales del pequeño comercio.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Determinación en las necesidades del comercio.- Definición del surtido y la amplitud de la gama de los productos.- Elaboración de un plan de inversiones básico. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Adquisición de instalaciones, equipamiento y mobiliario necesarios, para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio.- Determinación en la modalidad de disposición del local.- Negociación de las condiciones de servicios bancarios y productos de financiación y de crédito. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Implantación de sistemas de calidad y de buenas prácticas.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Seguimiento de la calidad del servicio prestado, evaluando el grado de satisfacción de la clientela, recogiendo sugerencias, valorando incidencias y definiendo acciones de mejora.- Establecimiento de sistemas de atención y asesoramiento al cliente, conforme a criterios de calidad, cortesía, comprensión, credibilidad, trato personalizado, aplicándolos a distintas situaciones comerciales, presenciales y no presenciales.- Accesibilidad de la información y precio de los productos a ofertar al consumidor, marcándolos en las etiquetas correspondientes y actualizándolos de forma periódica. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>



Escala A

4	<i>El establecimiento de las características generales del pequeño comercio se efectúa determinando las necesidades del comercio en función de la idea de negocio y la segmentación de los clientes a los que se dirige, definiendo el surtido por familias, subfamilias y referencias y la amplitud de la gama de los productos del establecimiento a partir de la detección continua de oportunidades no satisfechas en la zona de influencia del local, novedades en el mercado, tendencias u otros y elaborando un plan de inversiones detallado de acuerdo a las necesidades establecidas anteriormente y a fuentes de información.</i>
3	<i>El establecimiento de las características generales del pequeño comercio se efectúa determinando las necesidades del comercio en función de la idea de negocio y a los clientes que se dirige, definiendo el surtido y la amplitud de la gama de los productos del establecimiento a partir de la detección continua de oportunidades no satisfechas en la zona de influencia del local, novedades en el mercado, tendencias u otros y elaborando un plan de inversiones básico de acuerdo a las necesidades establecidas anteriormente y a fuentes de información.</i>
2	<i>El establecimiento de las características generales del pequeño comercio se efectúa determinando las necesidades del comercio en función, solamente, de los clientes a los que se dirige, definiendo la amplitud de la gama de los productos del establecimiento a partir de la zona de influencia del local, novedades en el mercado, tendencias u otros y elaborando un plan de inversiones básico con errores importantes.</i>
1	<i>El establecimiento de las características generales del pequeño comercio se efectúa determinando las necesidades del comercio en función, solamente, de los clientes a los que se dirige, definiendo la amplitud de la gama de los productos del establecimiento sin tener en cuenta la zona de influencia del local, ni novedades en el mercado, tendencias u otros y elaborando un plan de inversiones con errores importantes.</i>

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



Escala B

4	<p><i>La adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio, se efectúa adquiriendo las instalaciones, equipamiento, mobiliario y documentación necesarios para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio, teniendo en cuenta todos los requisitos legales y conforme a criterios de calidad y coste económico de los mismos, determinando la modalidad de disposición del local, como es la compra, alquiler o cesión, a partir del análisis de los derechos, costes y obligaciones derivadas de cada una y negociando las condiciones de los servicios bancarios y productos de financiación y de crédito para el pequeño comercio, siguiendo el procedimiento pactado con las entidades financieras.</i></p>
3	<p><i>La adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio, se efectúa adquiriendo las instalaciones, equipamiento y mobiliario necesarios para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio, teniendo en cuenta los requisitos legales y conforme a los criterios mínimos de calidad y coste económico de los mismos, determinando la modalidad de disposición del local, a partir del análisis de los derechos, costes y obligaciones derivadas de cada una y negociando las condiciones de los servicios bancarios y productos de financiación y de crédito para el pequeño comercio siguiendo el procedimiento pactado con las entidades financieras.</i></p>
2	<p><i>La adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio, se efectúa adquiriendo el equipamiento necesario, para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio, no teniendo en cuenta los requisitos legales mínimos y coste económico de los mismos, determinando la modalidad de disposición del local, a partir de las obligaciones derivadas de cada una y negociando las condiciones de los servicios bancarios para el pequeño comercio, siguiendo el procedimiento pactado con las entidades financieras.</i></p>
1	<p><i>La adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del comercio, se efectúa adquiriendo el equipamiento necesario, para el desarrollo de la actividad de venta del pequeño comercio, sin tener en cuenta los requisitos legales ni coste económico de los mismos, determinando la modalidad de disposición del local, a partir de las obligaciones derivadas de cada una. No se negocian las condiciones de los servicios bancarios para el pequeño comercio.</i></p>

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

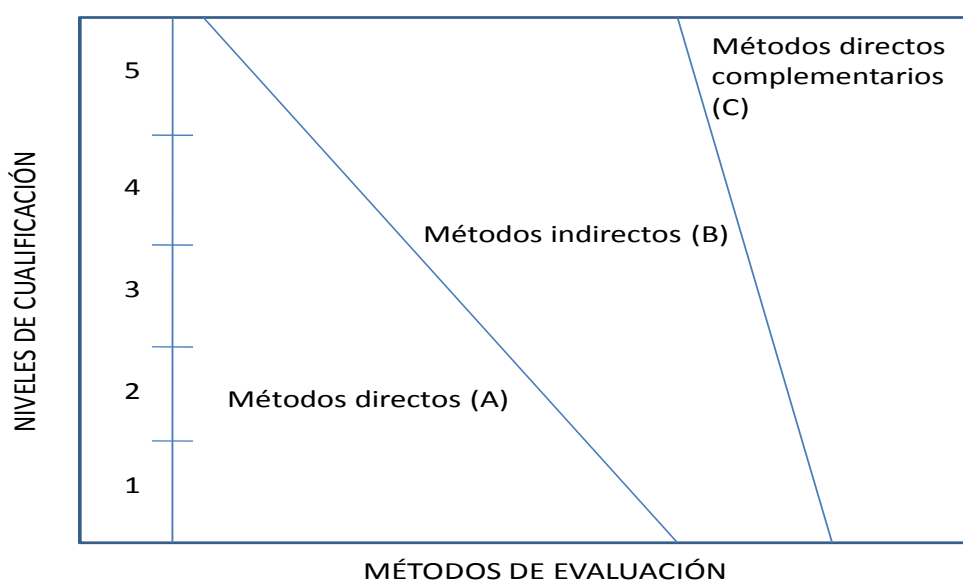
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

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 el impulso y gestión de un pequeño comercio de calidad, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.



- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades organizativas y comunicativas. 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) Para la ejecución de la situación profesional de evaluación se recomienda fijar las condiciones de la zona de influencia del local que permitan establecimiento de las características generales del pequeño comercio y utilizar interlocutores reales o ficticios que actúen como agentes de entidades financieras, clientes u otros.
- i) Para valorar la competencia de respuesta a contingencias de podrá plantear alguna contingencia relacionada con la recepción de una maquinaria defectuosa que se había adquirido, de manera que hay que proceder a su devolución, errores en el etiquetado cuando el cliente va a proceder a la compra u otras situaciones similares, que el candidato tendrá que resolver de forma que plantee la solución más adecuada.



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

Código: COM631_2

NIVEL: 2



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

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 organización y animación del punto de venta de un pequeño comercio, y que se indican a continuación

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

1. Distribuir el espacio comercial facilitando el acceso de los clientes a todas las zonas del local.



- 1.1 Ubicar el mobiliario y equipamiento comercial en la tienda mediante un plano a escala.
- 1.2 Distribuir los metros lineales de suelo y los expositores en la superficie en función de las familias de productos, accesos, almacén, zona de caja u otros.
- 1.3 Instalar el equipamiento y mobiliario del establecimiento de acuerdo a la ubicación establecida en el plano, a los metros asignados y con el apoyo en su caso de profesionales especializados.
- 1.4 Identificar las diferentes zonas frías, calientes y templadas de la tienda a partir de la teoría del comportamiento del consumidor en el punto de venta y en función de la dimensión y distribución de los espacios de la tienda.
- 1.5 Facilitar el acceso a todas y cada una de las zonas del local, eliminando o reduciendo las barreras físicas y psicológicas existentes en la tienda.

2. Organizar el producto en los lineales en función de sus características y del comportamiento del consumidor en el punto de venta.

- 2.1 Determinar el número de referencias del surtido de productos de acuerdo a sus características, el espacio disponible, el tipo lineal o parrilla y aplicando las reglas habituales del comercio.
- 2.2 Exponer el producto teniendo en cuenta el espacio lineal o expositor y aplicando técnicas de marketing, acciones de *merchandasing* y criterios de conducta de compra.
- 2.3 Comprobar el estado del lineal efectuando su reposición, limpieza u otras.

3. Determinar la imagen externa de la tienda aplicando criterios comerciales y estéticos.

- 3.1 Determinar los elementos exteriores y del escaparate del establecimiento, distinguiéndose de otros comerciantes y de acuerdo a criterios comerciales de atracción de clientes y en armonía con la fachada, entorno u otros.
- 3.2 Efectuar los trámites administrativos necesarios para la obtención de licencias o autorizaciones por utilización de elementos externos en la vía pública, mediante la cumplimentación de la documentación necesaria ante los organismos competentes.
- 3.3 Elaborar un boceto que contenga todos los elementos del escaparate, utilizando técnicas de innovación y creación.
- 3.4 Determinar las alternativas y medios disponibles para el montaje del escaparate en función del presupuesto, campañas promocionales y estacionalidad.
- 3.5 Montar el escaparate de acuerdo al diseño previsto o boceto.

4. Decorar el establecimiento aplicando técnicas de animación del punto de venta.

- 4.1 Seleccionar los elementos de decoración interior de la tienda, en función del tipo de producto, características de la clientela, campañas promocionales y temporalidad.
- 4.2 Elaborar la señalética, cartelería y rotulación fija utilizando materiales adecuados.
- 4.3 Situar la señalética, cartelería y rotulación fija de acuerdo al comportamiento del consumidor en el punto de venta y la información que se quiere transmitir.
- 4.4 Montar los elementos de decoración actualizándolos según los usos y costumbres del sector, la estacionalidad u otros.



5. Organizar las acciones promocionales y la publicidad en el punto de venta aplicando técnicas de promoción propias del pequeño comercio.

- 5.1 Establecer las acciones promocionales y periodos de ventas especiales del comercio, de acuerdo al entorno, al tiempo y forma establecidos.
- 5.2 Elaborar la publicidad del punto de venta definiendo el mensaje, los soportes publicitarios y utilizando, en su caso, aplicaciones ofimáticas a nivel de usuario.
- 5.3 Efectuar campañas promocionales puntuales, previendo la disponibilidad de existencias y asegurando con el proveedor la capacidad de respuesta para la demanda prevista.

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 UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Distribución del espacio comercial.

- Distribución del espacio interior.
- Dimensión del espacio comercial interior.
- Elementos interiores del establecimiento comercial.
- Disposición del mobiliario y del equipamiento comercial. Instalación.
- Las zonas frías, calientes y templadas en el espacio comercial.
- Distribución de pasillos. Situación. Análisis de la circulación del cliente en el punto de venta. Facilidades de circulación y acceso a productos y promociones.

2. Organización de los productos en los lineales.

- Distribución del espacio en los lineales.
- Exposición del producto en el lineal.
- Accesibilidad del producto al cliente.
- Reposición continuada del lineal.
- Rentabilidad del lineal.

3. Determinación de la imagen externa de la tienda.

- Disposición de los elementos exteriores en la estructura exterior del comercio (fachada y escaparates entre otros).
- Técnicas de escaparatismo: innovación y creatividad.
- Armonía de la fachada con el entorno y la zona de influencia.
- Combinación de productos, motivos, formas, luz y color para el escaparate.
- Medios disponibles para el montaje del escaparate.
- Realización de bocetos de escaparates.
- Trámites administrativos en la implantación de elementos externos del pequeño comercio.



4. Decoración y animación del establecimiento.

- Decoración y cartelística en el punto de venta.
- Técnicas de rotulación y serigrafía.
- Mensajes promocionales.
- Selección de acciones. Temporadas y ventas estacionales.
- Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.

5. Programación de acciones promocionales y publicidad en el punto de venta.

- Comunicación comercial: publicidad y promoción en pequeños comercios.
- Acciones promocionales: características y objetivos.
- Acciones *merchandising*: características y objetivos.
- Tipos de publicidad en el punto de venta. El mensaje.

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

- El uso de aplicaciones ofimáticas a nivel de usuario de diseño de interior del espacio comercial, autoedición de carteles y folletos publicitarios u otras.
- El comportamiento del consumidor. ¿Qué, quién, por qué, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
- Uso de manuales y procedimientos relacionados con la regulación de las superficies comerciales.
- Uso de manuales y procedimientos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

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. Ser flexible para afrontar diferentes situaciones y sus cambios.
- 1.2. Gestionar la información y los recursos materiales y monetarios.
- 1.3. Utilizar los recursos del modo más idóneo, rápido, económico y eficaz.
- 1.4. Establecer objetivos de producción y hacer readaptaciones.

2. En relación con las personas deberá:

- 2.1. Coordinarse y colaborar con los miembros del equipo y otros profesionales.
- 2.2. Comunicarse eficazmente de forma clara y concisa con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en organización.
- 2.3. Orientar al usuario, demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente sus necesidades.

3. En relación con otros aspectos deberá:

- 3.1. Manejar las emociones críticas y estados de ánimo.
- 3.2. Ser perseverante en el esfuerzo.



- 3.3. Identificar los puntos fuertes y débiles, que necesitan mejora y de los problemas que puedan surgir en el desarrollo de la actividad.
- 3.4. Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos, así como en la asunción de riesgos, errores y fracasos.

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 UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio, 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 la organización y animación del punto de venta de un pequeño comercio cuya actividad es la venta de ropa al por menor en una zona urbana. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Distribuir el espacio comercial del pequeño comercio.
2. Organizar el producto en los lineales.
3. Programar las acciones promocionales y publicidad.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipos informáticos, plano a escala de la tienda, equipamiento y mobiliario, surtido de productos, aplicaciones informáticas generales y herramientas y utensilios de publicidad.



- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.
- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.

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

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Distribución del espacio comercial del pequeño comercio.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Distribución de los metros lineales de suelo y expositores.- Identificación de las zonas frías y calientes de la tienda.- Facilidad de acceso a las zonas del local. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento de la escala A.</i></p>
<i>Organización del producto en los lineales.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Exposición y accesibilidad de los productos al cliente, teniendo en cuenta el espacio lineal o expositor de productos y aplicando técnicas de Marketing.- Comprobación del estado del lineal, efectuando su reposición, limpieza y orden. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores del criterio de mérito.</i></p>
<i>Programación de las acciones promocionales y de publicidad.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento de las acciones promocionales y periodos de ventas especiales del comercio.- Aplicación de campañas promocionales puntuales. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento de la escala B.</i></p>

Escala A

4	<p>La distribución del espacio del pequeño comercio se efectúa distribuyendo correctamente en la superficie los metros lineales de suelo y expositores –estanterías, muebles, mostradores u otros- diferenciando en función de las familias de productos, accesos, almacén, zona de caja, u otros, manteniendo unos criterios de orden, identificando todas las zonas frías y calientes de la tienda a partir de la teoría del comportamiento del consumidor en el punto de venta y en función de la dimensión y distribución de los espacios de la tienda: zona de entrada, salidas y pasillos, entre otros, facilitando el acceso a la tienda eliminando o reduciendo las barreras físicas y psicológicas, minimizando su impacto comercial, adaptándolo en su caso a las características y perfil de la clientela.</p>
3	<p>La distribución del espacio del pequeño comercio se efectúa distribuyendo en la superficie los metros lineales de suelo y expositores –estanterías, muebles, mostradores u otros- diferenciando en función de las familias de productos, accesos, almacén, zona de caja, u otros, manteniendo unos criterios de orden, identificando las zonas frías y calientes más importantes de la tienda a partir de la teoría del comportamiento del consumidor en el punto de venta y en función de la dimensión y distribución de los espacios de la tienda: zona de entrada, salidas y pasillos, entre otros, facilitando el acceso a la tienda eliminando o reduciendo, en general, las barreras físicas y psicológicas, minimizando su impacto comercial, adaptándolo en su caso a las características y perfil de la clientela.</p>
2	<p>La distribución del espacio del pequeño comercio se efectúa distribuyendo en la superficie los metros lineales de suelo y expositores sin diferenciar en función de las familias de productos, accesos, almacén, zona de caja, u otros, identificando alguna de las zonas frías y calientes de la tienda a partir de la teoría del comportamiento del consumidor en el punto de venta y en función de la dimensión y distribución de los espacios de la tienda, facilitando el acceso a la tienda eliminando o reduciendo, en general, las barreras físicas y psicológicas, minimizando su impacto comercial.</p>
1	<p>La distribución del espacio del pequeño comercio se efectúa distribuyendo en la superficie los metros lineales de suelo y expositores sin diferenciar en función de las familias de productos, accesos, almacén, zona de caja, u otros, no se identifican las zonas frías y calientes más importantes de la tienda y el acceso a la tienda se facilita eliminando o reduciendo las barreras físicas, pero no las psicológicas.</p>

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

Escala B

4	La programación de las acciones promocionales y de publicidad del punto de venta se efectúan estableciendo todas y cada una de las campañas promocionales y periodos de ventas especiales durante el año, de acuerdo a los usos habituales del entorno, la estacionalidad de producto, el presupuesto disponible u otros, realizando una campaña puntuales –demostraciones, 3x2 u otras- previendo la disponibilidad de existencias y acordando con los proveedores las condiciones que aseguren la capacidad de respuesta para la demanda prevista.
3	La programación de las acciones promocionales y de publicidad del punto de venta se efectúan estableciendo todas y cada una de las campañas promocionales y periodos de ventas especiales del año, de acuerdo a los usos habituales del entorno, la estacionalidad de producto, el presupuesto disponible u otros, realizando una campaña puntual, previendo la disponibilidad de existencias con algunos errores de escasa importancia y acordando con los proveedores las condiciones que aseguren la capacidad de respuesta para la demanda prevista
2	La programación de las acciones promocionales y de publicidad del punto de venta se efectúan estableciendo alguna de las campañas promocionales y periodos de ventas especiales del año, de acuerdo a los usos habituales del entorno, la estacionalidad de producto, el presupuesto disponible u otros, realizando una campaña puntual sin negociar las condiciones con los proveedores de manera que no se asegura la disponibilidad de existencias.
1	La programación de las acciones promocionales y de publicidad del punto de venta se efectúan estableciendo campañas promocionales, sin tener en cuenta el periodo estacional del producto, presupuesto disponible y otros condicionantes, efectuando las campañas promocionales puntuales sin negociar las condiciones con los proveedores de manera que no se asegura la disponibilidad de existencias.

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



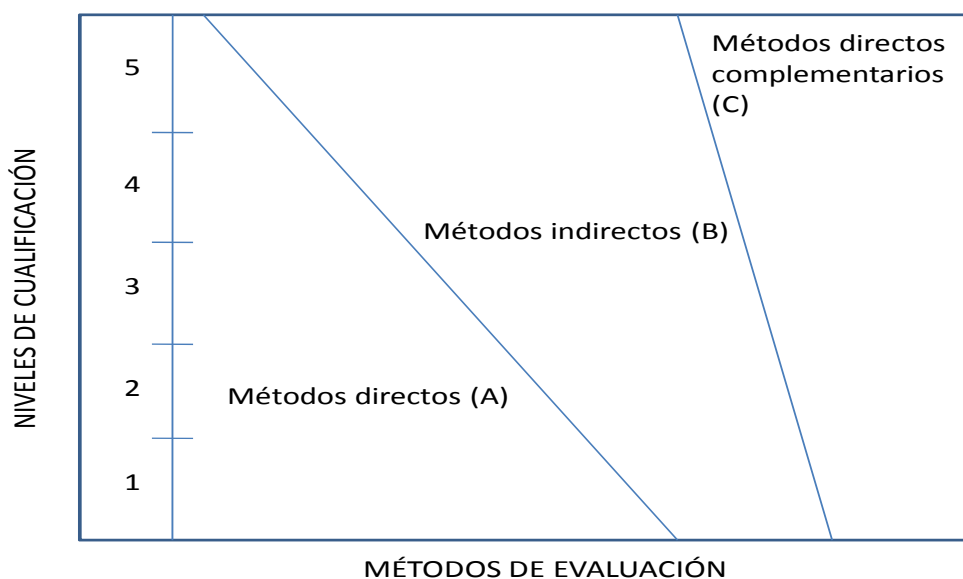
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

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 organización y animación del punto de venta en un pequeño comercio la determinación de las necesidades financieras de la empresa, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación



y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.

- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades 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, 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.

- Para valorar la competencia de respuesta a las contingencias, se recomienda considerar una serie de incidencias tales como promociones anunciadas con errores en el precio, falta de existencias de un producto ante la demanda de un cliente u otras situaciones que el candidato tendrá que resolver de forma que plantee la solución más adecuada.
- Para la ejecución de la situación profesional de evaluación se recomienda efectuar la situación profesional de evaluación en un entorno real o simulado.



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

Código: COM631_2

NIVEL: 2



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

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 capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio, y que se indican a continuación:

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

1. **Determinar las necesidades de compra de acuerdo a las estimaciones calculadas.**



- 1.1. Obtener información de las ventas y existencias de productos diariamente, a través de las aplicaciones de gestión de pequeños comercios, el Terminal Punto de Venta (TPV) u otros.
- 1.2. Estimar las ventas futuras utilizando técnicas de inferencia sencillas a partir de la información obtenida diariamente.
- 1.3. Comparar las cifras de ventas reales con las estimadas identificando las desviaciones y sus causas.
- 1.4. Calcular el stock óptimo y mínimo de seguridad del producto, en función del volumen de demanda, rotación del producto y capacidad de almacenaje del pequeño comercio.

2. Efectuar los pedidos y gestiones de compra, seleccionando la oferta más ventajosa.

- 2.1. Seleccionar cartera de proveedores para selección de productos, utilizando base de datos y fuentes de información y acuerdo con las características y condiciones de cada uno de ellos.
- 2.2. Solicitar las ofertas a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, en función de las necesidades de compra programadas para cada producto, utilizando técnicas de negociación y concretando los requisitos y condiciones de suministro.
- 2.3. Seleccionar la oferta más ventajosa, comparando las condiciones de suministro ofrecidas por los potenciales proveedores o centrales de compra.
- 2.4. Acordar el suministro de productos con cada proveedor o central de compras, en función de la programación de compras prevista, variaciones y estacionalidades de la demanda.
- 2.5. Formalizar la compra de productos siguiendo el procedimiento establecido con la central de compras o con los proveedores, detallando las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.
- 2.6. Archivar los pedidos, registrando los datos en una aplicación informática.

3. Gestionar la recepción, almacenamiento, colocación y reposición del producto, de acuerdo al procedimiento establecido.

- 3.1. Comprobar el ajuste y correspondencia de los productos recibidos con los pedidos, cotejando cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- 3.2. Comunicar las incidencias y errores detectados al proveedor o distribuidor acordando con éste el procedimiento para su resolución.
- 3.3. Desembalar los productos, utilizando herramientas o utensilios de acuerdo a cada caso, previniendo la ocurrencia de daños, desperfecto o roturas.
- 3.4. Organizar la colocación de los productos en la superficie comercial, usando el equipo adecuado y aplicando criterios comerciales.
- 3.5. Reponer los productos, colocándolos en función de la organización definida.
- 3.6. Detectar los huecos en el lineal y las roturas de stocks en el punto de venta, a partir de la información y datos de aplicaciones tales como el Terminal Punto de Venta (TPV), etiquetas electrónicas u otros sistemas informatizados.
- 3.7. Efectuar el recuento e inventario de los productos en la tienda comprobando las existencias reales con los datos derivados de aplicaciones tales como, el TPV u otras y ajustando las desviaciones o incidencias detectadas.

4. Efectuar el seguimiento del surtido de los productos ofertados, detectando los caducados y obsoletos, identificando oportunidades de incorporar nuevos productos.



- 4.1. Determinar la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales a partir de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.
- 4.2. Obtener información sobre nuevas tendencias de productos e innovaciones, acudiendo a ferias, publicaciones especializadas, fuentes *online*, asociaciones, otros comerciantes y recogiendo sugerencias de la clientela.
- 4.3. Detectar los productos riesgo de obsolescencia y caducidad, considerando el índice de atracción y opinión de satisfacción de los clientes.
- 4.4. Liquidar los productos con riesgo de obsolescencia y caducidad, estableciendo acciones y plazos para su ejecución.
- 4.5. Obtener información del surtido de productos ofertados en la zona de influencia del comercio, mediante técnicas básicas de obtención de información comercial.
- 4.6. Comparar la información obtenida del surtido de productos ofertados en la zona de influencia del comercio con la propia oferta, detectando debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas.
- 4.7. Incorporar nuevos productos, referencias o marcas al surtido de productos ofertados, analizando la información comercial del propio comercio, de otros comerciantes, de proveedores y clientes, novedades tecnológicas, acudiendo a ferias, valorando la rentabilidad esperada y complementariedad con el surtido de productos existente.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Previsión de las necesidades de compra.

- Previsión de las ventas futuras de la tienda.
- Técnicas de inferencia estadística.
- Identificación de posibles causas en desviaciones y variaciones de demanda del producto.
- Determinación y programación de las necesidades de compras.

2. Los pedidos y la gestión de compra.

- Selección de distintas fuentes de información disponibles.
- Selección de proveedores: criterios de selección. Solicitud de ofertas. Técnicas de negociación de las condiciones.
- El contrato de suministro. Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos. Órdenes de pedido.

3. La recepción, almacenamiento, colocación y reposición del producto.

- Comprobación de la llegada de la mercancía al establecimiento.
- Incidencias para la comunicación al proveedor.
- Manipulación de productos.



- Distribución de la mercancía en la superficie de venta y almacén.
- Organización del almacenaje en pequeños comercios.
- Recuento e inventario de productos.
- Determinación del stock de seguridad.
- Ratios de gestión de pedidos y control de stocks: índices.
- Cumplimiento de plazos de entrega.
- Distribución de la mercancía en la superficie de venta y almacén.

4. Seguimiento del surtido de los productos ofertados.

- Aplicación de ratios elementales a partir de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.
- Análisis e interpretación de ratios para la gestión de productos.
- Detección de productos obsoletos, poco rentables.
- Obtención de sugerencias e información de nuevas tendencias.
- Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

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

- Aplicaciones informáticas: de gestión comercial, aprovisionamiento, almacén u otras.
- Manuales y procedimientos de carácter medioambiental y prevención de riesgos laborales.
- Manuales y procedimientos de seguridad e higiene.

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 Gestionar su tiempo de trabajo (incluye aspectos como cumplir plazos establecidos, priorización de tareas u otros).
- 1.2 Ser flexible para afrontar diferentes situaciones y sus cambios.
- 1.3 Hacer suyo el sistema de organización de trabajo y su proceso productivo.
- 1.4 Demostrar flexibilidad, para afrontar diferentes situaciones de trabajo y sus cambios.

2. En relación con las personas deberá:

- 2.1 Coordinarse y colaborar con los miembros del equipo y otros profesionales.
- 2.2 Saber escuchar mejoras y dificultades, valorando las aportaciones realizadas.
- 2.3 Ser asertivo, empático, sociable y respetuoso con el trato con las personas.
- 2.4 Orientar al usuario, demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente sus necesidades.
- 2.5 Ser persuasivo.

3. En relación con otros aspectos deberá:



- 3.1 Tener capacidad de síntesis.
- 3.2 Identificar los puntos fuertes y débiles, que necesitan mejora y de los problemas que puedan surgir en el desarrollo de la actividad.
- 3.3 Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos, así como en la asunción de riesgos, errores y fracasos.
- 3.4 Actuar en el trabajo siempre de forma eficiente, bajo cualquier presión exterior o estrés.

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 UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio, 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 garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento de un pequeño comercio dedicado a la venta especializada de libros de literatura, ensayos (política, historia, filosofía...), arte, libros de viaje y libros de importación en una pequeña capital de provincia. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Determinar las necesidades de compra de la pequeña librería.
2. Efectuar los pedidos y gestiones de compra.
3. Gestionar la recepción, almacenamiento y reposición del producto.

Condiciones adicionales:



- Se dispondrá de aplicaciones de gestión y ofimática, sistemas informatizados, herramientas de seguridad, e información y documentación necesarias para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector
- 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>Determinación de las necesidades de compra de la pequeña librería.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Estimación de las ventas.- Comparación de las cifras de ventas reales con las estimadas.- Determinación del stock óptimo y mínimo de seguridad. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Pedidos y gestión de compras.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Selección de cartera de proveedores utilizando base de datos y fuentes de información, de acuerdo con las características y condiciones de cada uno de ellos.- Petición de ofertas a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, en función de las necesidades de compra programadas para cada producto, utilizando técnicas de negociación y concretando los requisitos y condiciones de suministro.- Selección de la oferta más ventajosa, comparando las condiciones de suministro ofrecidas por los potenciales proveedores o centrales de compra.

	<p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores de este criterio de mérito.</i></p>
<p><i>Gestión en la recepción, almacenamiento y reposición del producto.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Organización de la colocación de los productos en la superficie comercial.- Reposición de productos.- Detección en los huecos del lineal y roturas de stock en el punto de venta. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>

Escala A

4	<p><i>La determinación de las necesidades de compra de la pequeña librería se efectúa, estimando las ventas futuras de la librería utilizando técnicas de inferencia sencillas, a partir de la información obtenida de las ventas y de las existencias, identificando las desviaciones entre las ventas reales y las estimadas y sus causas, -variaciones de la demanda, cambios en los usos, costumbres de la clientela u otros-, calculando correctamente el stock óptimo y mínimo de seguridad del producto en función del volumen de demanda, rotación del producto, roles de compra y capacidad de almacenaje del pequeño comercio.</i></p>
3	<p><i>La determinación de las necesidades de compra de la pequeña librería se efectúa, estimando las ventas futuras de la librería utilizando técnicas de inferencia sencillas, a partir de la información obtenida de las ventas y de las existencias, identificando las desviaciones entre las ventas reales y las estimadas y sus causas, -variaciones de la demanda, cambios en los usos, costumbres de la clientela u otros- calculando, con algún error secundario, el stock óptimo y mínimo de seguridad del producto en función del volumen de demanda, rotación del producto, roles de compra y capacidad de almacenaje del pequeño comercio.</i></p>
2	<p><i>La determinación de las necesidades de compra de la pequeña librería comercio se efectúa, estimando las ventas futuras de la librería utilizando técnicas de inferencia sencillas, a partir de la información obtenida de las ventas y de las existencias, identificando las desviaciones entre las ventas reales y las estimadas y sus causas, - variaciones de la demanda, cambios en los usos, costumbres de la clientela u otros-, calculando, con errores importantes, el stock óptimo y mínimo de seguridad del producto en función del volumen de demanda, rotación del producto, roles de compra y capacidad de almacenaje del pequeño comercio.</i></p>
1	<p><i>La determinación de las necesidades de compra de la pequeña librería se efectúa estimando incorrectamente las ventas futuras de la librería, a partir de la información obtenida de las ventas y de las existencias, identificando las desviaciones entre las ventas reales y las estimadas, pero no sus causas, calculando, con errores importantes, el stock</i></p>

I
óptimo y mínimo de seguridad del producto.

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

Escala B

4	<i>La gestión en la recepción, almacenamiento y reposición del producto en la librería se efectúa, organizando la colocación de los productos y la implantación del producto en la superficie comercial –almacén y sala de ventas-, usando el equipo adecuado de seguridad en materia de prevención de riesgos laborales –guantes, carretillas u otros- y aplicando criterios comerciales, reponiendo los productos periódicamente, colocándolos en función de la organización definida, detectando los huecos en el lineal y las roturas de stocks en el punto de venta a partir de la información y datos de aplicaciones tales como el Terminal Punto de Venta (TPV), etiquetas electrónicas u otros sistemas informatizados.</i>
3	<i>La gestión en la recepción, almacenamiento y reposición del producto en la librería se efectúa, organizando la colocación de los productos y la implantación del producto en la superficie comercial, usando el equipo adecuado de seguridad de prevención de riesgos laborales y aplicando criterios comerciales, reponiendo los productos periódicamente, colocándolos en función de la organización definida, detectando, con algún error secundario, los huecos en el lineal y las roturas de stocks en el punto de venta a partir de la información y datos de aplicaciones tales como el Terminal Punto de Venta (TPV), etiquetas electrónicas u otros sistemas informatizados.</i>
2	<i>La gestión en la recepción, almacenamiento y reposición del producto en la librería se efectúa, organizando la colocación de los productos y la implantación del producto en la superficie comercial –almacén y sala de ventas-, usando el equipo adecuado de seguridad de prevención de riesgos laborales –guantes, carretillas u otros- y aplicando criterios comerciales, reponiendo los productos periódicamente, colocándolos en función de la organización definida. No se detectan los huecos del lineal y las roturas de stock.</i>
1	<i>La gestión en la recepción, almacenamiento y reposición del producto en la librería se efectúa, organizando la colocación de los productos y la implantación del producto en la superficie comercial sin aplicar criterios comerciales, reponiendo los productos periódicamente. No se detectan los huecos del lineal y las roturas de stock.</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

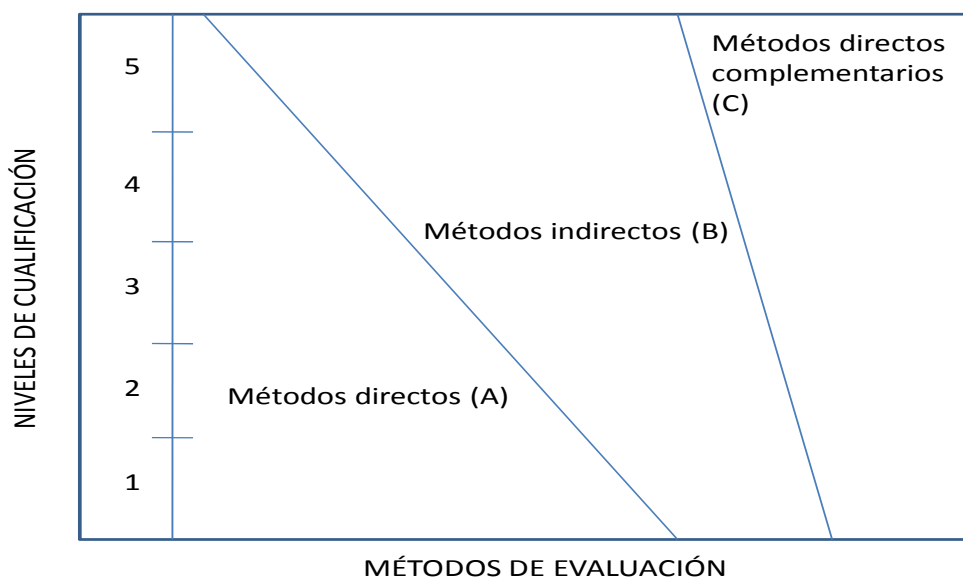


La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia 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 garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del



pequeño comercio, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista estructurada profesional sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.

- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel 2. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades organizativas. Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio”, se tiene una situación profesional de 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) Para valorar la competencia de respuesta a contingencias de podrá plantear alguna contingencia relacionada con errores en las condiciones comerciales proporcionadas por los proveedores que lleva a una selección errónea de los mismos u otras situaciones similares que el candidato tendrá que resolver de forma que plantee la solución más adecuada.
- i) Para la ejecución de la situación profesional de evaluación se recomienda efectuar la situación profesional de evaluación en un entorno real o simulado y utilizar interlocutores reales o ficticios que actúen como proveedores.



GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

Accidente de trabajo: Lesión corporal que el trabajador sufra con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecute por cuenta ajena.

Acción preventiva: Actividad que se planifica con objeto de eliminar o controlar y reducir los riesgos, conforme a un orden de prioridades en función de su magnitud y número de trabajadores expuestos a los mismos.

Barreras: Expositores utilizados para bloquear el paso a clientes.

Delegados de Prevención: Representantes de los trabajadores con funciones específicas en materia de prevención de riesgos en el trabajo.

Equipo de protección individual (EPI): Cualquier elemento destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador para que le proteja de uno o varios riesgos que puedan amenazar su seguridad o su salud, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.

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

Familias: Conjunto de artículos de la misma necesidad.

Lineal: Expositores basados en su longitud, para la exposición del producto.

Merchandising: Técnica empleada para la optimización de las ventas.

Normas de seguridad: Recomendaciones de seguridad específicas de cada empresa para prevenir daños.

Prevención de Riesgos Laborales: Conjunto de actividades o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de actividad de la empresa con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo.

Promociones: Técnica de reducción del precio de venta de productos, por unas necesidades determinadas como stock masivo, retraso en ciertas ventas, productos obsoletos o con imperfecciones, entre otros.



Publicidad en el lugar de venta (PLV): Acción promocional realizada en materiales y soportes determinados (elementos de mobiliario, elementos visuales, audiovisuales, sonoros, entre otros.).

Referencia: Unidades de venta donde definen la marca o modelo.

Riesgo laboral: Posibilidad de que un trabajador sufra un determinado daño derivado del trabajo.

Roles de compra: Comportamiento del consumidor en función a compras de destino, ocasionales, habituales o de conveniencia.

Subfamilias: Subdivisiones de familias, donde se desarrollan múltiples criterios, tamaño, color, forma, entre otros.

Zona caliente: Emplazamiento de circulación natural que será recorrida por todo comprador que entre a la tienda.

Zona fría: Lugar de menor venta, situada generalmente fuera del flujo de circulación y sobre la que se actúa para incrementar su atractivo comercial.