



proyectosFP.com

INFORME COMPETENCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO	<i>Organización de un Mercado Sostenible y Solidario</i>
CICLO FORMATIVO	<i>CFGM Actividades Comerciales</i>

<i>Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</i>	M2R1
<ul style="list-style-type: none">• No existe un estudio sobre otros mercados solidarios ya existentes.	
<ul style="list-style-type: none">• Aunque hay un análisis de otras iniciativas asimilables, no se recopila información sobre estas de forma ordenada.	
<ul style="list-style-type: none">• Se analizan otras iniciativas asimilables, organizando la información por categorías (catálogo, sistema de intercambio, decorado, etc.).	
<ul style="list-style-type: none">• Se analizan otras iniciativas asimilables, organizando la información por categorías (catálogo, sistema de intercambio, decorado, etc.). Además, se estudian en mayor profundidad las implicaciones éticas de dichas iniciativas.	

<i>Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.</i>	M2R4
<ul style="list-style-type: none">• No elabora un listado de los recursos materiales y humanos necesarios para poner en marcha el mercado necesario.	
<ul style="list-style-type: none">• Elabora un listado de los recursos materiales y humanos necesarios para poner en marcha el mercado necesario, pero no los cuantifica.	
<ul style="list-style-type: none">• Elabora un listado de los recursos materiales y humanos necesarios para poner en marcha el mercado necesario, los cuantifica, pero no determina el coste monetario de dichos recursos.	
<ul style="list-style-type: none">• Elabora un listado de los recursos materiales y humanos necesarios para poner en marcha el mercado necesario, los cuantifica, y determina el coste total de la inversión.	

<i>Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de</i>	M2R5
---	-------------





fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

- No establece un sistema de intercambio de artículos, por el cual se determina el valor de los productos disponibles en el mercado solidario.
- Establece un sistema de intercambio de artículos, por el cual se determina el valor de los productos disponibles en el mercado solidario, pero este es insostenible para asegurar el adecuado funcionamiento del mercado.
- Establece un sistema de intercambio de artículos, por el cual se determina el valor de los productos disponibles en el mercado solidario, garantizando la sostenibilidad de este.
- Establece un sistema de intercambio de artículos, por el cual se determina el valor de los productos disponibles en el mercado solidario, garantizando la sostenibilidad de este. Adicionalmente, se establecen bonus a los intercambios por volumen del intercambio o acumulación de estos.

Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.

M2R6

- No confecciona la documentación acreditativa de los intercambios que se producen en el mercado solidario.
- Confecciona algún documento acreditativo de los intercambios que se producen en el mercado solidario, pero los datos que se registran en él son insuficientes para un adecuado registro.
- Confecciona los documentos acreditativos de los intercambios que se producen en el mercado solidario, los datos que se anotan en ellos son suficientes para un adecuado registro, pero el sistema de cumplimentación de los mismos es poco ágil y no minimiza el uso de papel.
- Confecciona los documentos acreditativos de los intercambios que se producen en el mercado solidario, los datos que se anotan en ellos son suficientes para un adecuado registro, y el sistema de cumplimentación de los mismos es ágil y completamente digital.

Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

M2R8

- No define pautas para la adecuada atención de los clientes del mercado solidario, ni establece un protocolo para la gestión de incidencias, quejas y reclamaciones.





- Define pautas para la adecuada atención de los clientes del mercado solidario, pero no establece un protocolo para la gestión de incidencias, quejas y reclamaciones.
- Define pautas para la adecuada atención de los clientes del mercado solidario, y establece un protocolo para la gestión de incidencias, quejas y reclamaciones.
- Define pautas para la adecuada atención de los clientes del mercado solidario, y establece un protocolo para la gestión de incidencias, quejas y reclamaciones, teniendo en cuenta lo establecido en la norma UNE 175001-1, de calidad de servicio para el pequeño comercio.

Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.

M3R1

- Realiza una planificación poco concreta de la gestión de la recepción de las mercancías, para la organización del evento. No asigna las diferentes tareas al personal al equipo disponible. No establece con antelación las diferentes zonas de colocación según el tipo de ropa, ni método de codificación adecuado para la gestión de stocks.
- Planifica algunos de los detalles principales de la gestión de la recepción de las mercancías, pero no tiene en cuenta las características del evento. Los equipos de recepción de la ropa no tienen asignadas correctamente las responsabilidades. Las zonas de colocación de la ropa no cuentan con la identificación de la codificación establecida.
- Planifica la gestión de la recepción de las mercancías, para la organización del evento. Asigna las diferentes tareas al personal al equipo asignado. Las diferentes zonas de colocación según el tipo de ropa no se ajustan al método de codificación establecido por lo que no resulta del todo ágil y eficiente.
- Planifica todos los detalles de la gestión de la recepción de las mercancías, para la organización del evento. Asigna las diferentes tareas al personal al equipo asignado. Determina las diferentes zonas de colocación según el tipo de ropa, y establece un método de codificación ágil y eficiente para la gestión de stocks.

Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.

M3R4

- No establece un método que permita cuantificar y valorar las mercancías recibidas con exactitud. No identifica algunas de las normas de gestión del





almacén durante el mercado solidario. No diseña un método informático viable para la gestión de entradas y salidas para la buena gestión de stock.

- Establece un método para cuantificar y valorar las mercancías recibidas. Identifica algunas de las normas de gestión del almacén durante el mercado solidario, pero no las aplica. El método informático para la gestión de entradas y salidas que diseña tiene difícil implementación y poca seguridad.

- Establece un método para cuantificar y valorar las mercancías recibidas. Identifica las normas de gestión del almacén durante el mercado solidario pero no permite seguir con exactitud y evitar desviaciones para un buen sistema de control. Diseña un método informático para la gestión de entradas y salidas de mercancías viable.

- Establece un método para cuantificar y valorar las mercancías recibidas. Establece las normas de gestión del almacén durante el mercado solidario para seguir con exactitud y para evitar desviaciones en el sistema de control. Diseña un método informático para la gestión de entradas y salidas de las mercancías viable que dé respuesta en tiempo real en cualquier consulta.

Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.

M3R7

- Determina alguna de las incidencias más comunes que se pueden dar en un almacén pero no contextualiza correctamente en función del espacio, mercancías y accesos. No identifica las cargas en la gestión de la recepción y ubicación de la mercancía. No realiza un plan de seguridad y prevención de accidentes laborales.

- Determina alguna de las incidencias más comunes que se pueden dar en el almacén en función del espacio, mercancías y accesos. No identifica las cargas en la gestión de la recepción y ubicación de la mercancía. Realiza un plan muy genérico de seguridad y prevención de accidentes laborales detallado.

- Determina las incidencias más comunes que se pueden dar en el almacén en función del espacio, mercancías y accesos. Identifica de forma muy general las cargas y gestión de la recepción y ubicación de la mercancía pero no realiza un plan de seguridad y prevención de accidentes laborales detallado.

- Determina con máxima exactitud las incidencias que se pueden dar en el almacén en función del espacio, mercancías y accesos. Identifica las cargas y gestión de la recepción y ubicación de la mercancía para realizar un plan de seguridad y prevención de accidentes laborales.





Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.

M4R1

- No realiza la previsión de intercambios ni planifica el abastecimiento.
- Realiza un estudio y confecciona una sencilla previsión de ventas. No compara las ventas estimadas con las reales. Planifica el abastecimiento de mercaderías para asegurar el abastecimiento del mercado solidario.
- Realiza un estudio y confecciona una básica previsión de intercambios. Compara las ventas estimadas con las reales, pero no detecta ninguna desviación. Planifica el abastecimiento de mercaderías para asegurar el abastecimiento del mercado solidario.
- Realiza un estudio y confecciona una buena previsión de intercambios. Analiza las causas de posibles desviaciones entre intercambios estimados y reales y propone correcciones. Planifica la recepción de mercaderías para asegurar el abastecimiento del mercado solidario.

Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

M4R3

- No realiza la documentación relativa a los procesos de intercambio de mercaderías. Tampoco selecciona los medios de comunicación con los proveedores ni confecciona los documentos accesorios de transporte.
- Realiza una pequeña parte de la documentación relativa a los procesos de intercambio de mercaderías. No selecciona los medios de comunicación con los proveedores y tampoco confecciona los documentos accesorios de transporte.
- Realiza gran parte de la documentación relativa a los procesos de intercambio de mercaderías. Selecciona los medios de comunicación con los proveedores y confecciona los documentos accesorios de transporte.
- Realiza la documentación relativa a los procesos de intercambio de mercaderías. Selecciona los medios de comunicación con los proveedores y confecciona los documentos accesorios de transporte.

Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

M4R4

- No establece ningún proceso de control en la recepción de mercaderías.





- Establece un muy simple proceso de control en la recepción de la mercadería, considerando uno o ninguno de los conceptos de cantidad, plazo de entrega, calidad y valor. No identifica posibles incidencias. Informatiza parte del proceso de recepción. No tiene presente la normativa medioambiental vigente.
- Establece un básico proceso de control en la recepción de la mercadería, considerando entre dos y tres conceptos de cantidad, plazo de entrega, calidad y valor. Identifica posibles incidencias pero no determina la resolución. Informatiza gran parte del proceso de recepción. No tiene presente la normativa medioambiental vigente.
- Establece un buen proceso de control en la recepción de la mercadería, considerando cantidad, plazo de entrega, calidad y valor. Identifica posibles incidencias y determina la resolución. Informatiza todo el proceso de recepción. Respeta la normativa medioambiental vigente.

Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.

M4R5

- No estudia el producto ni determina el surtido.
- Examina el producto y determina el surtido, sin tener en cuenta las tendencias. No tiene en cuenta la competencia. No elabora un plan de liquidación de productos.
- Realiza un breve estudio sobre tendencias, examina el producto y determina el surtido. No examina la información comercial de la competencia. Elabora un plan de liquidación de productos.
- Realiza un estudio sobre tendencias y analiza el atractivo de los productos para determinar el surtido. Examina la información comercial de la competencia. Elabora un plan de liquidación de productos.

Organiza la superficie comercial según las necesidades del establecimiento.

M6R1-1

- No tiene en cuenta las necesidades del mercado solidario y realiza una disposición de los elementos, mobiliario y exposición sin ningún fundamento. No considera las barreras físicas y psicológicas de acceso al establecimiento. No considera la normativa aplicable.
- Supone cuales pueden ser las necesidades del mercado solidario y dispone los elementos de la tienda, el mobiliario y la exposición siguiendo criterios generales. Detecta algunas de las barreras físicas y psicológicas de acceso al establecimiento pero no las trata de manera eficaz. Considera la normativa aplicable en algunos casos.





- Comprende las necesidades del mercado solidario pero vacila en la disposición de algunos elementos de la tienda, el mobiliario y/o la exposición. Detecta y reduce, en cierta medida, algunas de las barreras físicas y psicológicas de acceso al establecimiento. Considera la normativa aplicable en la mayoría de los casos.
- Realiza un buen análisis de las necesidades del mercado solidario y dispone los elementos de la tienda, el mobiliario y la exposición según estas. Detecta y reduce las barreras físicas y psicológicas de acceso al establecimiento. Considera la normativa aplicable en cada caso.

Organiza la superficie comercial según el recorrido del cliente.

M6R1-2

- No utiliza ninguna técnica de merchandising. Identifica una o ninguna zona fría y caliente del espacio de venta y no realiza un buen uso de ellas. No considera ninguna medida para conseguir que el cliente permanezca más tiempo en el espacio de venta.
- Utiliza vagamente las técnicas de merchandising o lo hace de manera inadecuada. Identifica algunas de las zonas frías y calientes del espacio de venta pero no siempre realiza un buen uso de ellas. Aplica una medida para conseguir que el cliente permanezca más tiempo en el espacio de venta.
- Utiliza técnicas de merchandising, pero las tiene siempre presentes. Identifica algunas de las zonas frías y calientes del espacio de venta y realiza un buen uso de ellas. Aplica algunas medidas para conseguir que el cliente permanezca más tiempo en el espacio de venta.
- Utiliza, de manera eficaz, técnicas de merchandising en la distribución de la superficie de venta. Identifica, de manera óptima, las zonas frías y calientes del espacio de venta y realiza un uso profesional de ellas. Aplica medidas eficientes para conseguir que el cliente permanezca el máximo de tiempo en el espacio de venta.

Organiza la superficie comercial según los atributos del producto.

M6R1-3

- Realiza una mala distribución del lineal del suelo por familia de productos y no menciona los criterios que ha utilizado.
- Realiza una sencilla distribución del lineal del suelo por familia de productos y menciona pero no fundamenta los criterios que ha utilizado.





- Realiza una buena pero mejorable distribución del lineal del suelo por familia de productos y describe pero no siempre fundamenta los criterios que ha utilizado.
- Realiza una óptima distribución del lineal del suelo por familia de productos. Describe y fundamenta los criterios que ha utilizado.

Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.

M6R2

- No realiza ninguna organización del surtido del mercado solidario. Lo coloca teniendo en cuenta tan solo el espacio. No utiliza ninguna técnica de merchandising.
- Organiza el surtido del mercado solidario de manera general, sin tener en cuenta ningún aspecto técnico. Distribuye y coloca el producto teniendo en cuenta el espacio y/o la rentabilidad. Considera vagamente algún concepto de merchandising.
- Organiza el surtido del mercado solidario, pero no define la dimensión ni el número de referencias. Distribuye y coloca el producto teniendo en cuenta el espacio disponible y la rentabilidad. Utiliza alguna técnica de merchandising.
- Organiza el surtido del mercado solidario delimitando la dimensión, estableciendo el número de referencias, clasificando los productos en familias según la normativa vigente. Distribuye y coloca el producto en el lineal de manera eficiente, según parámetros físicos y comerciales, y utilizando técnicas de merchandising.

Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

M6R3

- Ha realizado una simple e inadecuada animación y decoración del espacio destinado al intercambio. La cartelería no está trabajada.
- Ha realizado una sencilla animación y decoración del espacio destinado al intercambio. La cartelería es básica y general para cualquier posicionamiento y señalética. Los materiales, formas y tipografías utilizados no son los más indicados para el mensaje que se pretende transmitir.
- Ha realizado una buena animación y decoración del espacio destinado al intercambio, acorde a la política comercial del mismo y las condiciones de seguridad. La cartelería es general, independientemente del posicionamiento





y señalética. Los materiales, formas y tipografías utilizados son básicos, aún así van acorde al mensaje que se pretende transmitir.

- Ha realizado una profesional animación y decoración del espacio destinado al intercambio, acorde a la política comercial del mismo y las condiciones de seguridad. La cartelería es adecuada al posicionamiento y la señalética. Los materiales, formas y tipografías utilizados son los más indicados para el mensaje que se pretende transmitir.

Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

M6R4

- Realiza un diseño muy simple del escaparate, sin tener en cuenta los criterios de composición, montaje y selección de materiales.
- Realiza un corriente diseño del escaparate, identifica algunos criterios de composición y montaje y selecciona algunos, pero no todos los materiales para la realización del escaparate.
- Realiza un buen diseño del escaparate, identifica los principales criterios de composición, montaje y selección de materiales para la realización del escaparate.
- Realiza un profesional diseño del escaparate, define todos los criterios de composición y montaje y concreta una amplia y acurada selección de materiales.

Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

M6R5

- No planifica ninguna acción promocional.
- Planifica una acción promocional sin considerar las características del producto ni el público objetivo. Tampoco tiene en cuenta las necesidades del mercado solidario. Selecciona un medio de promoción, pero no es el más adecuado o no selecciona ningún medio.
- Planifica una acción promocional según las características del producto y el público objetivo, pero no analiza las necesidades del mercado solidario. Selecciona el medio promocional más adecuado.
- Planifica una buena acción promocional, estudia las características del producto y del público objetivo, valora las necesidades, objetivos y presupuesto del mercado solidario, y selecciona el medio promocional más adecuado.





Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

M7R1-1

- No identifica las principales necesidades del consumidor y del proceso de compra atendiendo a un consumidor final particular y la ropa de intercambio como mercancía en este contexto. Ha identificado algunos factores internos y externos del proceso pero no los analiza. No realiza una clasificación de la motivación según el orden jerárquico. No elabora el perfil del consumidor.
- Identifica algunas de las necesidades del consumidor y del proceso de compra atendiendo a un consumidor final particular y la ropa de intercambio como mercancía. Analizando algunos factores internos y externos del proceso. La clasificación de la motivación según el orden jerárquico de forma clara muestra carencias conceptuales. No elabora un buen perfil del consumidor.
- Identifica las necesidades del consumidor y del proceso de compra atendiendo a un consumidor final particular y la ropa de intercambio como mercancía. Analiza los factores internos y externos del proceso de forma genérica. No realiza la clasificación de la motivación según el orden jerárquico correctamente. Elabora un perfil del consumidor que no se ajusta completamente al real.
- Identifica claramente las necesidades del consumidor y del proceso de compra atendiendo a un consumidor final particular y la ropa de intercambio como mercancía. Analizando los factores internos y externos del proceso con detalle. Clasifica la motivación según el orden jerárquico de forma clara. Elabora un buen perfil/es del consumidor.

Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

M7R1-2

- No elabora el argumentario de ventas teniendo en cuenta el impacto social y sostenibilidad de la actividad comercial concreta ni especialmente de la liquidación de stocks. No concreta una propuesta para la liquidación de stocks de forma concreta y cuantificable respecto al impacto social.
- Elabora el argumentario de ventas teniendo en cuenta las necesidades del consumidor, y de forma poco detallada el impacto social y sostenibilidad de la actividad comercial. Respecto al proceso de liquidación de stocks no idea una propuesta complementaria de importante impacto social.
- Elabora el argumentario teniendo en cuenta mayormente las necesidades del consumidor, también el impacto social y sostenibilidad de la actividad comercial y especialmente de la liquidación de stocks. Concreta en éste último





caso una propuesta que genera impacto social pero no permite una buena cuantificación de éste.

- **Elabora un argumentario de ventas concretando las necesidades del consumidor, potenciando muy especialmente el impacto social y sostenibilidad de la actividad comercial y especialmente de la liquidación de stocks. Concreta una propuesta para la liquidación de stocks con gran concreción, que permite cuantificar el impacto social que se genere.**

Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

M7R2

- **Describe con relativa corrección un único perfil atendiendo al vendedor del mercado solidario. Identifica las tareas asignadas a este perfil. Identifica algún factor que refuerza la motivación de los vendedores, pero no lo contextualiza con el proyecto.**
- **Describe correctamente un único perfil atendiendo al vendedor del mercado solidario. Identifica las tareas asignadas a este perfil. Identifica algún factor que refuerza la motivación de los vendedores, pero no lo contextualiza con el proyecto.**
- **Describe algunos de los perfiles del vendedor más adecuados atendiendo al mercado solidario. Planifica algunas tareas de los principales perfiles que ha descrito. Identifica algún factor que refuerza la motivación de los vendedores pero no idea método alguno refuerce la motivación en su proyecto.**
- **Describe los perfiles del vendedor más adecuados atendiendo al mercado solidario. Planifica de forma completa los diferentes perfiles que participan en el mercado y las tareas asignadas a cada uno. Identifica los factores que refuerzan la motivación de los vendedores, e idea un método específico de compensación para el equipo en el contexto del proyecto.**

Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa

M7R4

- **No prepara material de apoyo en todas las prendas a comercializar, únicamente hay una identificación por grupo de prendas de características similares. No identifica posibles objeciones de los clientes para reforzar el argumentario. No prepara la estrategia de la venta en base a técnicas de comunicación verbal y no verbal.**
- **Prepara en las prendas únicamente la etiqueta identificativa con el coste del producto como material de apoyo a la actividad comercial. Identifica alguna posible objeción según las características del producto pero improvisa la**





proyectosFP.com

respuesta a éstas. No prepara la estrategia de la venta en base a técnicas de comunicación verbal y no verbal.

- Prepara en la mayoría de elementos para la venta, el material de apoyo a la actividad comercial según las características de cada prenda, para mostrar al cliente y a modo de etiqueta identificativa. Identifica alguna posible objeción según las características del producto y pero la respuesta prevista no ha sido analizada con profundidad según las características principales de precio, calidad, procedencia y estado. No tienen en cuenta técnicas de comunicación verbal y no verbal en la estrategia de venta.
- Prepara el material de apoyo a la actividad comercial según las características de cada prenda, para mostrar al cliente y a modo de etiqueta identificativa. Identifica posibles objeciones según las características del producto y prevé cómo darles respuesta habiendo analizado las características principales de precio, calidad, procedencia y estado. Prepara la estrategia de la venta en base a técnicas de comunicación verbal y no verbal.

Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios

M7R6

- No realiza una buena gestión de la recepción, la valoración de la mercancía. La compensación no está planificada adecuadamente, pero permite realizar el intercambio. No registra adecuadamente la recepción ni indica la compensación.
- Gestiona la recepción, la valoración de la mercancía y la compensación para el intercambio sin una planificación estructurada. Idea un sistema de compensación como retribución de la aportación al mercado solidario que permite adquirir otras prendas para realizar el intercambio. Documenta (en digital / papel) la recepción e indica la compensación. No trabaja de forma creativa la imagen corporativa en general en la documentación.
- Planifica la gestión de la recepción, la valoración de la mercancía y la compensación para el intercambio. Idea un sistema de compensación como retribución de la aportación al mercado solidario que permite adquirir otras prendas para realizar el intercambio. Propone la documentación (en digital / papel) para recepcionar la mercancía, en la misma se atribuye el valor para el intercambio. No trabaja especialmente la imagen corporativa respecto al impacto social del evento.
- Estructura un protocolo eficiente para gestionar la recepción, la valoración de la mercancía y la compensación para el intercambio. Idea un sistema de compensación como retribución de la aportación al mercado solidario que permite, de forma clara, adquirir otras prendas para realizar el intercambio. Documenta adecuadamente (en digital / papel) la recepción y la cuantificación





proyectosFP.com

del valor para el intercambio, que refleja fielmente la imagen corporativa del evento de impacto social.

Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

M7R7

- El precio de cada producto no responde a un método de cálculo de precios unificado. No está documentado el procedimiento. La etiqueta informativa muestra el precio final para el mercado de intercambio pero no se ha registrado previamente en el control de recepción.
- Calcula el precio de venta de los productos, aplicando un método unificado, pero no refleja de forma objetiva la calidad y estado del producto. Indica el precio en el documento de recepción, compensación y en la etiqueta informativa de cada producto.
- Calcula el precio de venta de los productos, aplicando el mismo método para todos los objetos del mercado de intercambio, pero no realiza previamente la pauta general unificada. Éste método refleja la calidad y estado del producto. Indica el precio en el documento de recepción, compensación y en la etiqueta informativa. No propone cartelería complementaria creativa para agrupar productos según líneas, gamas y uso.
- Calcula el precio de venta de los productos, aplicando un método unificado y estructurado para todos los objetos del mercado de intercambio. Éste refleja de forma objetiva la calidad y estado del producto mediante un dossier de estructura de precios. Indica el precio en el documento de recepción, compensación y en la etiqueta informativa. Propone cartelería complementaria creativa para agrupar productos según líneas, gamas y uso.

Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.

M8R1

- No utiliza software de control de stock y gestión de inventarios.
- Utiliza software de control de stock y gestión de inventarios, pero no demuestra dominio de las funcionalidades básicas de estas aplicaciones.
- Utiliza software de control de stock y gestión de inventarios, demostrando dominio de las funcionalidades básicas de estas aplicaciones.
- Utiliza software de control de stock y gestión de inventarios, demostrando dominio de las funcionalidades básicas de estas aplicaciones y sugiriendo posibles mejoras para la optimización de los procesos de aprovisionamiento.





Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.

M8R2

- No crea un buzón de correo electrónico para la atención e información de los usuarios del mercado solidario.
- Crea un buzón de correo electrónico para la atención e información de los usuarios del mercado solidario. Sin embargo, no diseña una firma corporativa ni configura una respuesta automatizada a la recepción de un correo.
- Crea un buzón de correo electrónico para la atención e información de los usuarios del mercado solidario y diseña una firma corporativa. Sin embargo, no configura una respuesta automatizada a la recepción de un correo.
- Crea un buzón de correo electrónico para la atención e información de los usuarios del mercado solidario, diseña una firma corporativa y configura una respuesta automatizada a la recepción de un correo.

Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.

M8R3

- No diseña un póster informativo para explicar el funcionamiento del mercado solidario.
- Diseña un póster informativo para explicar el funcionamiento del mercado solidario, pero el contenido no es legible y no se acompaña de imágenes explicativas.
- Diseña un póster informativo para explicar el funcionamiento del mercado solidario, el contenido es legible, pero no se acompaña de imágenes explicativas.
- Diseña un póster informativo para explicar el funcionamiento del mercado solidario, el contenido es legible, y se acompaña de imágenes explicativas.

Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.

M8R4

- No presenta una memoria escrita del estudio realizado.
- Presenta una memoria escrita del proyecto, la cual carece de un formato adecuado (márgenes, paginación), así como de aspectos claves como un índice automatizado o una bibliografía citada adecuadamente.





- Presenta una memoria escrita del proyecto, con un formato adecuado (márgenes, paginación), incluyendo aspectos claves como un índice automatizado o una bibliografía citada adecuadamente. Sin embargo, carece de imágenes y gráficos que complementen el contenido escrito.
- Presenta una memoria escrita del proyecto, con un formato adecuado (márgenes, paginación), incluyendo aspectos claves como un índice automatizado o una bibliografía citada adecuadamente. Además, se insertan imágenes y gráficos que complementen el contenido escrito.

Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.

M8R5

- No diseña un albarán para la recepción de surtido a incorporar en el mercado solidario.
- Diseña un albarán para la recepción de surtido a incorporar en el mercado solidario, pero no incorpora fórmulas para automatizar su confección, ni filtros para seleccionar la categoría a la que pertenecen los productos recepcionados.
- Diseña un albarán para la recepción de surtido a incorporar en el mercado solidario, incorporando fórmulas para automatizar su confección, pero sin incluir filtros para seleccionar la categoría a la que pertenecen los productos recepcionados.
- Diseña un albarán para la recepción de surtido a incorporar en el mercado solidario, incorporando fórmulas para automatizar su confección, e incluyendo filtros para seleccionar la categoría a la que pertenecen los productos recepcionados.

Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

M9R1

- Menciona la existencia de un departamento o sección al cargo de las relaciones de atención al cliente pero no estructura los procedimientos y funciones de éste. No demuestra que podrá ofrecer un buen nivel de servicio y tampoco gestionar los datos para una correcta difusión y valoración de la satisfacción del cliente. La planificación general no menciona ni refuerza fielmente la imagen corporativa ni la responsabilidad social de la actividad.
- Determina un equipo de atención al cliente en el organigrama de la organización del evento, de forma muy genérica. No estructura en éste los





proyectosFP.com

procedimientos de gestión de datos a lo largo de la realización, previamente y posteriormente, que serán llevados a cabo. Por lo que no demuestra que podrá ofrecer el mejor nivel de servicio y llevar a cabo las acciones de difusión y valoración de la satisfacción del cliente. La planificación general menciona la imagen corporativa y la responsabilidad social de la actividad

- Define en el organigrama del equipo de organización del evento, el departamento o sección al cargo de las relaciones de atención al cliente pero de forma genérica, ya que no se ajusta a las necesidades de la planificación. Estructura de forma muy general los procedimientos de gestión de datos a lo largo de la realización, previamente y posteriormente al evento. Esta estructura no demuestra que podrá ofrecer el mejor nivel de servicio y llevar a cabo las acciones de difusión y valoración de la satisfacción del cliente. La planificación general refuerza la imagen corporativa y la responsabilidad social de la actividad

- Define en el organigrama del equipo de organización del evento, el departamento o sección al cargo de las relaciones de atención al cliente según las necesidades de la planificación. Estructura en la sección, los procedimientos de gestión de datos a lo largo de la realización, previamente y posteriormente, que serán tratados y las funciones de atención que realizará. Mediante esta gestión se demuestra que podrá ofrecer el mejor nivel de servicio y llevar a cabo las acciones de difusión y valoración general de la satisfacción del cliente. La planificación general refuerza fielmente la imagen corporativa y la responsabilidad social de la actividad.

Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente / consumidor / usuario, proporcionando la información solicitada.

M9R2

- No realiza ningún plan de atención comercial para establecer la forma de facilitar la información a los colaboradores / clientes del mercado solidario y asociaciones implicadas. El material de comunicación digital del evento no invita a la interacción con el cliente ni posibilita el feedback. No utiliza técnicas de atención comercial adecuadas a las diferentes situaciones.
- Establece de forma muy genérica la forma de facilitar la información a los colaboradores / clientes del mercado solidario y asociaciones implicadas. El material de comunicación digital del evento informa de manera esencial pero no invita a la interacción con el cliente ni facilita el feedback. Utiliza algunas de las técnicas de atención comercial adecuadas a las diferentes situaciones.
- El plan de atención comercial que elabora establece la información a facilitar a los colaboradores / clientes del mercado solidario y asociaciones implicadas. Realiza material de comunicación digital del evento que posibilita la interacción con el cliente y facilita la comunicación. Utiliza variedad de canales y técnicas de atención comercial pero no ofrece un servicio 4.0.



- El plan de atención comercial que elabora establece de forma muy detallada la información a facilitar a los colaboradores / clientes del mercado solidario y asociaciones implicadas. Realiza un material de comunicación digital del evento que invita a la interacción con el cliente y facilita el feedback. Utiliza las técnicas de atención comercial adecuadas a las diferentes situaciones 4.0.

Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

M9R6

- Mide la eficacia del servicio de atención comercial de forma muy básica, sin una técnica que posibilite medir la satisfacción del público que ha participado en el evento. No elabora un informe de valoración de la calidad del servicio ofrecido.
- Indica algunos métodos para medir la eficacia y eficiencia del servicio de atención comercial pero no incluye la recogida de quejas y reclamaciones, tampoco su resolución. Aplica alguna técnica para medir la satisfacción del público que ha participado en el evento muy básica. Elabora un informe de valoración de la calidad del servicio ofrecido breve y que no refleja los métodos indicados en el inicio. Tampoco indica acciones de mejora.
- Identifica algunos métodos para medir la eficacia y eficiencia del servicio de atención comercial, que recoge quejas y reclamaciones pero no su resolución. Indica las técnicas que aplicará para medir la satisfacción del público que ha participado en el evento pero no las aplica completamente. Elabora un informe de valoración de la calidad del servicio ofrecido pero no refleja todos los indicadores indicados anteriormente, no indica acciones de mejora.
- Establece los métodos para medir la eficacia y eficiencia del servicio de atención comercial. Incluye el seguimiento de las posibles quejas o reclamaciones y su resolución. Idea una técnica para medir la satisfacción del público que ha participado en el evento y la aplica con exactitud y éxito. Elabora un informe de valoración de la calidad del servicio ofrecido y las acciones de mejora propuestas.

Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

M10R1

- Presenta un plan de comunicación digital muy poco desarrollado. No identifica al público objetivo. Presenta una o ninguna acción a llevar a cabo. No presenta contenidos y si lo hace no son adecuados.
- Presenta un plan de comunicación digital simple y poco adecuado para los objetivos que persigue el evento. No tiene claro cuál es el público objetivo. Algunas de las acciones que detalla no son del todo claras. Los contenidos son corrientes y adecuados al público objetivo.





- Presenta un plan de comunicación digital que no va del todo acorde al plan de marketing general del evento. Define de manera ambigua al público objetivo. Algunas de las acciones que detalla no son del todo claras. Los contenidos son corrientes y adecuados al público objetivo.
- Presenta un plan de comunicación digital acorde al plan de marketing general del evento. Identifica de manera precisa el público objetivo. Realiza una definición clara y detallada de las acciones a llevar a cabo. Los contenidos son de alta calidad y pertinencia al público objetivo.

Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico en Actividades Comerciales.

M12R7

- No ha identificado las técnicas de prevención y protección necesarias en el mercado solidario. No ha realizado el análisis de seguridad y tampoco ha elaborado el protocolo de actuación en caso de emergencia.
- Ha identificado algunas técnicas de prevención y protección necesarias en el mercado solidario, pero no se han explicado correctamente. Ha realizado el análisis de seguridad de manera superficial y ha identificado el protocolo de actuación en caso de emergencia, pero está incompleto.
- Ha identificado y explicado correctamente las técnicas de prevención y protección necesarias en el mercado solidario. Ha realizado un análisis adecuado de la señalización de seguridad y ha elaborado un correcto protocolo de actuación en caso de emergencia.
- Ha definido de forma clara y detallada las técnicas de prevención y protección y ha justificado su importancia en el entorno laboral del mercado solidario. Ha realizado un análisis detallado y exhaustivo de la señalización de seguridad necesaria y ha identificado, explicado y justificado un protocolo de actuación en caso de emergencia.

Competencias técnicas curriculares

Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

- No realiza propuestas creativas para la ambientación de la zona del mercado de intercambio. identifica ni lleva a cabo estrategias comerciales de promoción, difusión e intercambio de productos.
- Realiza pocas propuestas creativas para la ambientación de la zona del mercado de intercambio. Identifica alguna estrategia comercial de promoción, difusión e





proyectosFP.com

intercambio de productos, pero no está basada en la sostenibilidad y la conciencia social.

- Realiza propuestas creativas para la ambientación de la zona del mercado de intercambio. Determina y lleva a cabo algunas estrategias comerciales de promoción, difusión e intercambio de productos, pero no todas ellas basadas en la sostenibilidad y la conciencia social.

- Realiza propuestas innovadoras y creativas para la ambientación de la zona del mercado de intercambio. Determina y lleva a cabo estrategias comerciales de promoción, difusión e intercambio de productos, todo ello basado en la sostenibilidad y la conciencia social.

Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial

- No confecciona un argumentario de ventas adecuado a las características peculiares de cada caso y no considera técnicas de persuasión efectivas. No tiene un conocimiento adecuado del producto que se está comercializando, ni de las condiciones de promociones y descuentos que se pueden aplicar.

- Confecciona un argumentario de ventas básico y en algunos casos poco adecuado a las características peculiares de cada caso y no siempre considera técnicas de persuasión efectivas. Tiene un conocimiento básico del producto que se está comercializando, así como de las condiciones de promociones y descuentos que se pueden aplicar.

- Confecciona un argumentario de ventas adecuado a las características peculiares de cada caso y considera algunas técnicas de persuasión efectivas. Tiene un básico conocimiento del producto que se está comercializando, así como de las condiciones de promociones y descuentos que se pueden aplicar.

- Confecciona un argumentario de ventas óptimo a las características peculiares de cada caso y considera técnicas de persuasión efectivas. Tiene un amplio conocimiento del producto que se está comercializando, así como de las condiciones de promociones y descuentos que se pueden aplicar.

Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

- No realiza un registro adecuado de los niveles de inventario y adquisiciones. No prevé las necesidades de estoc para mantener el nivel de servicio requerido.

- Realiza un registro adecuado de los niveles de inventario y adquisiciones pero puede tener algún error y dificultar los procesos de aprovisionamiento. Prevé las necesidades de estoc pero presenta algún error de planificación.

- Realiza un registro adecuado de los niveles de inventario y adquisiciones y realiza los ajustes oportunos en los procesos de aprovisionamiento. Prevé de manera





proyectosFP.com

satisfactoria las necesidades de estoc para mantener el nivel de servicio requerido.

- Realiza un registro riguroso de los niveles de inventario y adquisiciones y utiliza esta información para optimizar los procesos de aprovisionamiento. Prevé de manera óptima las necesidades de estoc para mantener el nivel de servicio requerido.

Competencias transversales curriculares

Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios

- No se proponen iniciativas para lograr la accesibilidad universal y el diseño inclusivo en el entorno del mercado de intercambio. No aplica los procedimientos de calidad en ninguna de las actividades profesionales que se ejercen.
- Propone pocas iniciativas para perseguir la accesibilidad universal y el diseño inclusivo en el entorno del mercado de intercambio. Aplica de manera básica los procedimientos de calidad en algunas de las actividades profesionales que se ejercen.
- Propone algunas iniciativas para mejorar la accesibilidad universal y el diseño inclusivo en el entorno del mercado de intercambio. Aplica los procedimientos de calidad en la mayoría de las actividades profesionales que se ejercen.
- Propone iniciativas para lograr la accesibilidad universal y el diseño inclusivo en el entorno del mercado de intercambio. Aplica los procedimientos de calidad en todas las actividades profesionales que se ejercen.

Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

- No identifica las obligaciones derivadas de su actividad profesional según la legislación vigente y no demuestra tener conocimiento de las leyes y regulaciones aplicables al mercado de intercambio de ropa de segunda mano. No propone iniciativas innovadoras y tampoco promueve el desarrollo sostenible y solidario del sector.
- Identifica algunas de las obligaciones derivadas de su actividad profesional según la legislación vigente y demuestra un básico conocimiento de las leyes y regulaciones aplicables al mercado de intercambio de ropa de segunda mano. Propone algunas iniciativas innovadoras pero no siempre considera el desarrollo sostenible y solidario del sector.





proyectosFP.com

- Identifica la mayoría de las obligaciones derivadas de su actividad profesional según la legislación vigente y demuestra un adecuado conocimiento de las leyes y regulaciones aplicables al mercado de intercambio de ropa de segunda mano. Propone iniciativas innovadoras y considera el desarrollo sostenible y solidario del sector.
- Identifica las obligaciones derivadas de su actividad profesional según la legislación vigente y demuestra un amplio conocimiento de las leyes y regulaciones aplicables al mercado de intercambio de ropa de segunda mano. Lidera iniciativas innovadoras y promueve el desarrollo sostenible y solidario del sector.

Competencias técnicas complementarias (PIMEC)

Programas de gestión

- No utiliza programas de gestión adecuados. No realiza un buen uso de los programas de gestión en ninguna de las áreas.
- Utiliza programas de gestión adecuados, pero con algunas limitaciones en su uso. Realiza un buen uso de los programas en algunas áreas, pero necesita mejorar en otras.
- Utiliza programas de gestión adecuados y completos, aprovechando sus funcionalidades. Realiza un buen uso de los programas de gestión, integrándolos, en la mayoría de las ocasiones, con otras herramientas para lograr una gestión automatizada de los procesos y de la información.
- Utiliza programas de gestión adecuados y completos, personalizando sus funcionalidades según las necesidades del proyecto. Realiza un óptimo uso de los programas, integrándolos con otras herramientas para lograr una gestión automatizada de los procesos y de la información.

Uso del entorno Office

- No utiliza el entorno Office para crear, editar o dar formato a documentos, hojas de cálculo y presentaciones.
- Utiliza el entorno Office para crear, editar o dar formato a documentos, hojas de cálculo y presentaciones de manera adecuada, pero necesita mejorar en la aplicación de las funciones más avanzadas.
- Utiliza el entorno Office para crear, editar o dar formato a documentos, hojas de cálculo y presentaciones de manera creativa e innovadora y aprovechando gran parte de sus funcionalidades según las necesidades del proyecto.
- Utiliza el entorno Office para crear, editar o dar formato a documentos, hojas de cálculo y presentaciones de manera creativa e innovadora y aprovechando y personalizando todas sus funcionalidades según las necesidades del proyecto.





proyectosFP.com

Competencias transversales (según PIMEC)

Creatividad

- Identifica, plantea y propone soluciones a problemas con mucha dificultad. No tiene interés en generar preguntas y plantear respuestas originales. No demuestra sensibilidad y crea nuevos conceptos dentro del entorno.
- Identifica y propone soluciones a problemas de forma poco relevante y divergente. Tiene dificultad para plantear respuestas originales a preguntas y situaciones. No demuestra sensibilidad para la creación de nuevos conceptos dentro del entorno.
- Identifica y propone soluciones a problemas de forma relevante y divergente, en algunas ocasiones. Es capaz de generar preguntas y plantear respuestas originales. Demuestra interés en crear nuevos conceptos dentro del entorno.
- Identifica, plantea y propone soluciones a problemas de forma relevante y divergente. Genera preguntas y plantea respuestas originales. Demuestra sensibilidad y crea nuevos conceptos dentro del entorno.

Comunicación

- Se comunica con los miembros del equipo de forma confusa, poco clara o ineficaz. Se utilizan pocos o ningún canal de comunicación de manera adecuada. La comunicación ha tenido un impacto negativo en el desarrollo del proyecto.
- En ocasiones, se comunica con los miembros del equipo de forma clara y efectiva. Se utilizan algunos canales de comunicación de manera adecuada, pero puede haber inconsistencias o falta de claridad en ciertos aspectos. La comunicación ha tenido un impacto limitado en el desarrollo del proyecto.
- Se comunica con los miembros del equipo de forma clara y efectiva. Se utilizan varios canales de comunicación de manera adecuada. Hay algunas evidencias de que la comunicación ha sido eficiente y ha contribuido al desarrollo del proyecto.
- Se comunica con los miembros del equipo de forma clara, concisa y efectiva. Se utilizan diversos canales de comunicación de manera apropiada (verbal, escrita, visual, etc.). Existen evidencias sólidas de que la comunicación ha sido eficiente y ha contribuido positivamente al desarrollo del proyecto.

Trabajo en equipo

- No colabora con otros miembros del equipo, evidenciando falta de confianza en los demás y capacidad para trabajar en equipo.





proyectosFP.com

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Colabora intermitentemente con algunos miembros del equipo. En ocasiones se detecta falta de confianza y respeto en el equipo. En líneas generales, el trabajo en equipo es irregular. |
| <ul style="list-style-type: none">• Colabora de forma adecuada con todos los miembros del equipo. Se comparten responsabilidades equitativamente y se fomenta un ambiente de confianza y respeto mutuo. En momentos puntuales existen algunas tensiones o falta de cohesión. |
| <ul style="list-style-type: none">• Colabora de forma excepcional con todos los miembros del equipo. Se comparten responsabilidades equitativamente y se fomenta un ambiente de confianza y respeto mutuo. El equipo muestra una verdadera sinergia y se fortalece gracias al trabajo conjunto. |

Planificación y organización

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• No se planifica en absoluto, y la coordinación en el desarrollo de las tareas es nula. |
| <ul style="list-style-type: none">• Se planifica de forma inadecuada, en tanto que las metas que establece son poco claras o poco realista. Se asumen responsabilidades, pero no se da cumplimiento a estas, evidenciando fallas en la coordinación. |
| <ul style="list-style-type: none">• Se planifica y organiza de manera muy adecuada. Establece metas claras y realistas, define tareas específicas, asignando responsabilidades de manera equitativa. Existe una buena coordinación, pero en alguna ocasión no se cumplen los plazos marcados. |
| <ul style="list-style-type: none">• Se planifica y organiza de manera excepcional. Establece metas claras y realistas, define tareas específicas, asignando responsabilidades de manera equitativa. Existe una excelente coordinación y todos los aspectos de la planificación y organización son sólidos. |

Autoconfianza

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Muestra una baja autoconfianza en sus habilidades y capacidades para contribuir al proyecto. Carece de seguridad en su trabajo y evita asumir responsabilidades adicionales. Su participación en la generación de ideas, toma de decisiones y asunción de riesgos es mínima. |
| <ul style="list-style-type: none">• Muestra una autoconfianza limitada en sus habilidades y capacidades para contribuir al proyecto. Puede dudar de su trabajo y ser reacio a asumir responsabilidades adicionales. Su participación en la generación de ideas, toma de decisiones y asunción de riesgos puede ser inconsistente. |
| <ul style="list-style-type: none">• Muestra una buena autoconfianza en sus habilidades y capacidades para contribuir al proyecto. Es seguro en su trabajo y está dispuesto a asumir responsabilidades adicionales en ciertas situaciones. Aporta ideas y perspectivas, y están dispuestos a tomar decisiones y asumir riesgos. |





proyectosFP.com

- Muestra una alta autoconfianza en sus habilidades y capacidades para contribuir al proyecto. Demuestra seguridad en su trabajo y toma la iniciativa para asumir responsabilidades adicionales cuando es necesario. Aporta ideas y perspectivas valiosas, y se siente cómodo tomando decisiones y asumiendo riesgos calculados. Su autoconfianza inspira a los demás y fortalece el equipo.

Preocupación por el orden y la calidad

- Muestra una baja preocupación por el orden y la calidad en el proyecto. No se mantienen los procesos ni los resultados organizados o estructurados. Los estándares de calidad no se cumplen de manera consistente y se descuidan aspectos importantes de la precisión, la exactitud y la excelencia en el trabajo realizado. La preocupación por el orden y la calidad es prácticamente inexistente en el proyecto.
- Muestra una preocupación limitada por el orden y la calidad en el proyecto. Puede haber cierta falta de organización y estructura en los procesos y resultados. Los estándares de calidad pueden no ser siempre cumplidos de manera consistente. Existen ocasiones en las que se descuidan aspectos importantes de la precisión, la exactitud y la excelencia en el trabajo realizado. La preocupación por el orden y la calidad es inconsistente en el proyecto.
- Muestra una buena preocupación por el orden y la calidad en la mayoría de las etapas del proyecto. Se esfuerza por mantener los procesos y los resultados organizados y estructurados, siguiendo estándares de calidad adecuados. Realiza esfuerzos para garantizar la precisión, la exactitud y la excelencia en el trabajo realizado. La preocupación por el orden y la calidad se observa en la mayoría de los aspectos del proyecto.
- Muestra una preocupación excepcional por el orden y la calidad en todas las etapas del proyecto. Se asegura de que los procesos y los resultados estén organizados, bien estructurados y cumpliendo altos estándares de calidad. Implementan medidas proactivas para garantizar la precisión, la exactitud y la excelencia en el trabajo realizado. La preocupación por el orden y la calidad es evidente en cada aspecto del proyecto.

