



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



AREAS DE COMPETENCIA	GRADOS DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS			
<b>1. Organizar y llevar a cabo el proceso de venta de productos y servicios</b>	<p>El / ella es capaz de responder a las necesidades del cliente en solicitudes de oferta, preparar las correspondientes ofertas (ya sea por escrito o verbalmente) y tratar los pedidos de los clientes que están claramente definidos con respecto a las carteras de productos establecidos (incluido informar sobre los productos y servicios, el proceso de entrega y de pago).</p> <p>El / ella es capaz de organizar el proceso de envío (por ejemplo, informar sobre la disponibilidad de productos y formas de envío, llenar formularios estándar como el Packing List, el albarán de entrega, así como los documentos y los certificados de origen que se acompañen de acuerdo con los estándares existentes.</p>	<p>El / ella es capaz de analizar y / o tratar las especificaciones técnicas del cliente (por solicitud de oferta), contestar a los pedidos de los clientes con ofertas basadas en sus necesidades y gestionar eficazmente esos pedidos de clientes.</p> <p>El / ella es capaz de preparar y / o proporcionar información (escribir informes, preparar presentaciones) sobre las necesidades del cliente, especificaciones del producto o servicio, situación del mercado, entrega y condiciones de envío para el cliente o para el responsable de ventas (socios comerciales) o gestionar y proporcionar los contratos y acuerdos relevantes.</p> <p>El / ella es capaz de organizar y / o proporcionar información (por ejemplo, mediante la publicidad, visitas a la fábrica, ...) requerida por los clientes, la dirección y / o los responsables de ventas con el fin de mostrar las instalaciones de producción de la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de asesorar a los clientes, aclarar los problemas de los pedidos y socializar con las personas en las instituciones pertinentes (por ejemplo, servicios de distribución, centros de información comercial, cámaras de comercio) para facilitar las posibilidades de venta.</p> <p>El / ella es capaz de preparar el proceso de negociación, teniendo en cuenta todos los aspectos (precio, contrato, entrega, seguro, normativa legal, tasa arancelaria, condiciones de pago, la satisfacción del cliente y las ofertas de otras empresas).</p>	<p>El / ella es capaz de encontrar soluciones para problemas de entrega, de pago y de la venta, así como para las dificultades contractuales y de financiación.</p> <p>El / ella es capaz de elaborar estadísticas y diseñar estrategias para lograr la satisfacción del cliente (reportar las reacciones de los clientes; gestionar las reclamaciones surgidas teniendo en cuenta una solución rentable).</p> <p>El / ella es capaz de organizar e implementar formación de producto para responsables de ventas / clientes y es capaz de organizar / realizar viajes de negocios (por ejemplo, a ferias comerciales).</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	El / ella es capaz de comunicarse de una manera orientada al servicio y al cliente en consultas y conversación de ventas (por ejemplo, en las conversaciones telefónicas, comunicación personal, correos electrónicos y / o pedidos por Internet)			
	El / ella es capaz de reunir la información necesaria de las consultas estándares de los clientes (oral y / o escritas).			
	El / ella es capaz de obtener los datos necesarios para una oferta típica dentro de la compañía / o de otras empresas y realizar una oferta basada en la presente información sobre los clientes y productos / servicios en un marco definido			
	El / ella es capaz de proporcionar información básica y responder a los clientes preguntas estándar (por ejemplo, en relación con los pedidos, los precios, los procesos de envío o de pago).			
	El / ella es capaz de iniciar los procesos necesarios para pedidos estándar dentro de la empresa / con otras empresas y preparar los documentos correspondientes.			
	El / ella es capaz de entrar y / o seguir las datos necesarios en un proceso de entrega y pago.			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<p><b>1. Organizar y llevar a cabo el proceso de venta de productos y servicios</b></p>	<p>El / ella es capaz de responder a las necesidades del cliente en solicitudes de oferta, preparar las correspondientes ofertas (ya sea por escrito o verbalmente) y tratar los pedidos de los clientes que están claramente definidos con respecto a las carteras de productos establecidos (incluido informar sobre los productos y servicios, el proceso de entrega y de pago).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar y / o tratar las especificaciones técnicas del cliente (por solicitud de oferta), contestar a los pedidos de los clientes con ofertas basadas en sus necesidades y gestionar eficazmente esos pedidos de clientes.</p>	<p>El / ella es capaz de asesorar a los clientes, aclarar los problemas de los pedidos y socializar con las personas en las instituciones pertinentes (por ejemplo, servicios de distribución, centros de información comercial, cámaras de comercio) para facilitar las posibilidades de venta.</p>	<p>El / ella es capaz de encontrar soluciones para problemas de entrega, de pago y de la venta, así como para las dificultades contractuales y de financiación.</p>
	<p>El / ella es capaz de organizar el proceso de envío (por ejemplo, informar sobre la disponibilidad de productos y formas de envío, llenar formularios estándar como el Packing List, el albarán de entrega, así como los documentos y los certificados de origen que se acompañen de acuerdo con los estándares existentes).</p>	<p>El / ella es capaz de preparar y / o proporcionar información (escribir informes, preparar presentaciones) sobre las necesidades del cliente, especificaciones del producto o servicio, situación del mercado, entrega y condiciones de envío para el cliente o para el responsable de ventas (socios comerciales) o gestionar y proporcionar los contratos y acuerdos relevantes.</p>	<p>El / ella es capaz de preparar el proceso de negociación, teniendo en cuenta todos los aspectos (precio, contrato, entrega, seguro, normativa legal, tasa arancelaria, condiciones de pago, la satisfacción del cliente y las ofertas de otras empresas).</p>	<p>El / ella es capaz de elaborar estadísticas y diseñar estrategias para lograr la satisfacción del cliente (reportar las reacciones de los clientes; gestionar las reclamaciones surgidas teniendo en cuenta una solución rentable).</p>
	<p>El / ella es capaz de organizar el proceso de envío (por ejemplo, informar sobre la disponibilidad de productos y formas de envío, llenar formularios estándar como el Packing List, el albarán de entrega, así como los documentos y los certificados de origen que se acompañen de acuerdo con los estándares existentes).</p>	<p>El / ella es capaz de organizar y / o proporcionar información (por ejemplo, mediante la publicidad, visitas a la fábrica, ...) requerida por los clientes, la dirección y / o los responsables de ventas con el fin de mostrar las instalaciones de producción de la empresa.</p>		<p>El / ella es capaz de organizar e implementar formación de producto para responsables de ventas / clientes y es capaz de organizar / realizar viajes de negocios (por ejemplo, a ferias comerciales).</p>
	<p><b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b></p>			
	<p>El / ella es capaz de analizar la solicitud de un cliente específico entrante y posteriormente presentar una oferta (crear una cuenta de cliente, si es necesario).</p>			
	<p>El / ella es capaz de iniciar pedidos de los clientes a través de la presentación de ofertas en base a sus necesidades.</p>			
	<p>El / ella es capaz de organizar el proceso de venta y envío.</p>			
	<p>El / ella es capaz de monitorizar los datos relevantes para el proceso de pago, expedir los documentos necesarios y poner en marcha los procesos necesarios.</p>			
<p>El / ella es capaz de recoger los datos relevantes del mercado, los clientes y la empresa, y realizar informes para ayudar a la toma de decisiones.</p>				
<p>El / ella es capaz de dirigir el flujo de información entre empresas y clientes, en un idioma extranjero.</p>				



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>1. Organizar y llevar a cabo el proceso de venta de productos y servicios</b>	<p>El / ella es capaz de responder a las necesidades del cliente en solicitudes de oferta, preparar las correspondientes ofertas (ya sea por escrito o verbalmente) y tratar los pedidos de los clientes que están claramente definidos con respecto a las carteras de productos establecidos (incluido informar sobre los productos y servicios, el proceso de entrega y de pago).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar y / o tratar las especificaciones técnicas del cliente (por solicitud de oferta), contestar a los pedidos de los clientes con ofertas basadas en sus necesidades y gestionar eficazmente esos pedidos de clientes.</p>	<p>El / ella es capaz de asesorar a los clientes, aclarar los problemas de los pedidos y socializar con las personas en las instituciones pertinentes (por ejemplo, servicios de distribución, centros de información comercial, cámaras de comercio) para facilitar las posibilidades de venta.</p>	<p>El / ella es capaz de encontrar soluciones para problemas de entrega, de pago y de la venta, así como para las dificultades contractuales y de financiación.</p>	
	<p>El / ella es capaz de organizar el proceso de envío (por ejemplo, informar sobre la disponibilidad de productos y formas de envío, llenar formularios estándar como el Packing List, el albarán de entrega, así como los documentos y los certificados de origen que se acompañen de acuerdo con los estándares existentes).</p>	<p>El / ella es capaz de preparar y / o proporcionar información (escribir informes, preparar presentaciones) sobre las necesidades del cliente, especificaciones del producto o servicio, situación del mercado, entrega y condiciones de envío para el cliente o para el responsable de ventas (socios comerciales) o gestionar y proporcionar los contratos y acuerdos relevantes.</p>	<p>El / ella es capaz de preparar el proceso de negociación, teniendo en cuenta todos los aspectos (precio, contrato, entrega, seguro, normativa legal, tasa arancelaria, condiciones de pago, la satisfacción del cliente y las ofertas de otras empresas).</p>	<p>El / ella es capaz de elaborar estadísticas y diseñar estrategias para lograr la satisfacción del cliente (reportar las reacciones de los clientes; gestionar las reclamaciones surgidas teniendo en cuenta una solución rentable).</p>	
	<p>El / ella es capaz de organizar y / o proporcionar información (por ejemplo, mediante la publicidad, visitas a la fábrica, ...) requerida por los clientes, la dirección y / o los responsables de ventas con el fin de mostrar las instalaciones de producción de la empresa.</p>				<p>El / ella es capaz de organizar e implementar formación de producto para responsables de ventas / clientes y es capaz de organizar / realizar viajes de negocios (por ejemplo, a ferias comerciales).</p>
	<p><b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b></p>				
	<p>El / ella es capaz de analizar los problemas relacionados con pedidos de clientes e identificar su origen.</p>				
	<p>El / ella es capaz de comunicarse con los diversos interesados principalmente en el lenguaje comercial para encontrar posibilidades de resolver los problemas de los pedidos.</p>				
	<p>El / ella es capaz de asesorar a los clientes exhaustivamente durante el proceso de pedido.</p>				
	<p>El / ella es capaz de comparar las ofertas de la propia empresa con ofertas de los competidores y extraer estrategias empresariales de esta comparación.</p>				
<p>El / ella es capaz de desarrollar ofertas en cooperación con otras empresas / instituciones.</p>					
<p>El / ella es capaz de negociar todos los aspectos de un pedido con el cliente.</p>					



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>1. Organizar y llevar a cabo el proceso de venta de productos y servicios</b>	<p>El / ella es capaz de responder a las necesidades del cliente en solicitudes de oferta, preparar las correspondientes ofertas (ya sea por escrito o verbalmente) y tratar los pedidos de los clientes que están claramente definidos con respecto a las carteras de productos establecidos (incluido informar sobre los productos y servicios, el proceso de entrega y de pago).</p> <p>El / ella es capaz de organizar el proceso de envío (por ejemplo, informar sobre la disponibilidad de productos y formas de envío, llenar formularios estándar como el Packing List, el albarán de entrega, así como los documentos y los certificados de origen que se acompañen de acuerdo con los estándares existentes).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar y / o tratar las especificaciones técnicas del cliente (por solicitud de oferta), contestar a los pedidos de los clientes con ofertas basadas en sus necesidades y gestionar eficazmente esos pedidos de clientes.</p> <p>El / ella es capaz de preparar y / o proporcionar información (escribir informes, preparar presentaciones) sobre las necesidades del cliente, especificaciones del producto o servicio, situación del mercado, entrega y condiciones de envío para el cliente o para el responsable de ventas (socios comerciales) o gestionar y proporcionar los contratos y acuerdos relevantes.</p> <p>El / ella es capaz de organizar y / o proporcionar información (por ejemplo, mediante la publicidad, visitas a la fábrica, ...) requerida por los clientes, la dirección y / o los responsables de ventas con el fin de mostrar las instalaciones de producción de la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de asesorar a los clientes, aclarar los problemas de los pedidos y socializar con las personas en las instituciones pertinentes (por ejemplo, servicios de distribución, centros de información comercial, cámaras de comercio) para facilitar las posibilidades de venta.</p> <p>El / ella es capaz de preparar el proceso de negociación, teniendo en cuenta todos los aspectos (precio, contrato, entrega, seguro, normativa legal, tasa arancelaria, condiciones de pago, la satisfacción del cliente y las ofertas de otras empresas).</p>	<p>El / ella es capaz de encontrar soluciones para problemas de entrega, de pago y de la venta, así como para las dificultades contractuales y de financiación.</p> <p>El / ella es capaz de elaborar estadísticas y diseñar estrategias para lograr la satisfacción del cliente (reportar las reacciones de los clientes; gestionar las reclamaciones surgidas teniendo en cuenta una solución rentable).</p> <p>El / ella es capaz de organizar e implementar formación de producto para responsables de ventas / clientes y es capaz de organizar / realizar viajes de negocios (por ejemplo, a ferias comerciales).</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	El / ella es capaz de resolver problemas complejos en los procesos de venta y servicio en la empresa y / o en cooperación con otras empresas / instituciones.			
	El / ella es capaz de controlar el proceso de pago, identificar problemas (pagos pendientes) e intervenir con medidas correctivas (por ejemplo, sanciones contractuales).			
	El / ella es capaz de desarrollar una estrategia global de venta de la empresa y derivar campañas de ella.			
	El / ella es capaz de entrenar a compañeros de trabajo y otras personas en el uso de los productos o servicios.			
	El / ella es capaz de organizar / realizar viajes de negocios y / o concertar citas con los clientes.			
	El / ella es capaz de analizar y evaluar los potenciales de ventas (por ejemplo, con los viajes de negocios).			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<p><b>2. Garantizar el proceso de compras</b></p>	<p>El / ella es capaz de gestionar ódenes de compras de productos y lotes bien definidos (productos, proveedores y formas de entrega conocidas) con la ayuda de herramientas informáticas de planificación de recursos empresariales (ERP como Navision o SAP).</p> <p>El / ella es capaz de manejar los documentos de los pedidos y asegurar el flujo de información a los diferentes departamentos y empresas.</p>	<p>El / ella es capaz de comparar las ofertas en términos de condiciones de precio, calidad y entrega.</p> <p>El / ella es capaz de observar el proceso de compra y proporcionar al vendedor la información y los documentos necesarios (por ejemplo, CMR cartas de porte por carretera, Conocimiento de Embarque Marítimo, Conocimiento de Embarque Aéreo, factura, certificado de origen, declaración de exportación, instrucciones para el vendedor, Packing List) y reaccionar en consecuencia en caso de problemas en la venta (corrección de documentación incorrecta).</p> <p>El / ella es capaz de analizar el mercado de distribución y realizar análisis de mercado regional para garantizar procesos de compra adecuados (benchmarking, marcas, áreas de productos, diferentes empresas de transporte).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar el proceso de compra en cooperación con otros departamentos de la empresa (por ejemplo, el Departamento de Calidad), para decidir sobre los proveedores adecuados y los productos adecuados en términos de materiales / servicios para la producción así como la mejor compañía de transporte y el mejor tipo de transporte, teniendo en cuenta las condiciones de entrega (tiempo, precio, condiciones de transporte necesarios para los distintos bienes ...).</p> <p>El / ella es capaz de negociar precios y condiciones de entrega..</p> <p>El / ella es capaz de resolver incidencias de ventas obteniendo la información que falta, completando el proceso de pago y tomar las medidas oportunas en caso de errores en la entrega (como la búsqueda de una empresa de transporte de sustitución).</p>
<p><b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b></p>			
<p>El / ella es capaz de utilizar la base de datos de la empresa para encontrar información estándar sobre los pedidos en curso.</p>			
<p>El / ella es capaz de encontrar la información necesaria sobre los proveedores conocidos en la base de datos de la compañía.</p>			
<p>El / ella es capaz de recoger información para realizar un pedido a un proveedor conocido, con productos, plazos y condiciones predeterminadas.</p>			
<p>El / ella es capaz de rellenar los formularios estándar y documentos de compra de la empresa.</p>			
<p>El / ella es capaz de proporcionar información sobre un pedido a sus colegas.</p>			
<p>El / ella es capaz de proporcionar la información necesaria y correcta al proveedor en un idioma extranjero.</p>			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>2. Garantizar el proceso de compras</b>	<p>El / ella es capaz de gestionar órdenes de compras de productos y lotes bien definidos (productos, proveedores y formas de entrega conocidas) con la ayuda de herramientas informáticas de planificación de recursos empresariales (ERP como Navision o SAP).</p> <p>El / ella es capaz de manejar los documentos de los pedidos y asegurar el flujo de información a los diferentes departamentos y empresas.</p>	<p>El / ella es capaz de comparar las ofertas en términos de condiciones de precio, calidad y entrega.</p> <p>El / ella es capaz de observar el proceso de compra y proporcionar al vendedor la información y los documentos necesarios (por ejemplo, CMR cartas de porte por carretera, Conocimiento de Embarque Marítimo, Conocimiento de Embarque Aéreo, factura, certificado de origen, declaración de exportación, instrucciones para el vendedor, Packing List) y reaccionar en consecuencia en caso de problemas en la venta (corrección de documentación incorrecta).</p> <p>El / ella es capaz de analizar el mercado de distribución y realizar análisis de mercado regional para garantizar procesos de compra adecuados (benchmarking, marcas, áreas de productos, diferentes empresas de transporte).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar el proceso de compra en cooperación con otros departamentos de la empresa (por ejemplo, el Departamento de Calidad), para decidir sobre los proveedores adecuados y los productos adecuados en términos de materiales / servicios para la producción así como la mejor compañía de transporte y el mejor tipo de transporte, teniendo en cuenta las condiciones de entrega (tiempo, precio, condiciones de transporte necesarios para los distintos bienes ...).</p> <p>El / ella es capaz de negociar precios y condiciones de entrega..</p> <p>El / ella es capaz de resolver incidencias de ventas obteniendo la información que falta, completando el proceso de pago y tomar las medidas oportunas en caso de errores en la entrega (como la búsqueda de una empresa de transporte de sustitución).</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>		
	El / ella es capaz de solicitar cotizaciones de los vendedores.		
	El / ella es capaz de comparar las ofertas en relación con el precio, la calidad y condiciones de suministro.		
	El / ella es capaz de controlar un proceso de compra en curso con la ayuda del sistema ERP de la empresa.		
	El / ella es capaz de recopilar la información necesaria para el proveedor como para la empresa e informar exhaustivamente.		
	El / ella es capaz de gestionar las incidencias de ventas a satisfacción del vendedor y el comprador.		
	El / ella es capaz de llevar a cabo un análisis del mercado regional para encontrar nuevos proveedores para una demanda determinada.		



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>2. Garantizar el proceso de compras</b>	<p>El / ella es capaz de gestionar órdenes de compras de productos y lotes bien definidos (productos, proveedores y formas de entrega conocidas) con la ayuda de herramientas informáticas de planificación de recursos empresariales (ERP como Navision o SAP).</p> <p>El / ella es capaz de manejar los documentos de los pedidos y asegurar el flujo de información a los diferentes departamentos y empresas.</p>	<p>El / ella es capaz de comparar las ofertas en términos de condiciones de precio, calidad y entrega.</p> <p>El / ella es capaz de observar el proceso de compra y proporcionar al vendedor la información y los documentos necesarios (por ejemplo, CMR cartas de porte por carretera, Conocimiento de Embarque Marítimo, Certificado de Origen, declaración de exportación, instrucciones para el vendedor, Packing List) y reaccionar en consecuencia en caso de problemas en la venta (corrección de documentación incorrecta).</p> <p>El / ella es capaz de analizar el mercado de distribución y realizar análisis de mercado regional para garantizar procesos de compra adecuados (benchmarking, marcas, áreas de productos, diferentes empresas de transporte).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar el proceso de compra en cooperación con otros departamentos de la empresa (por ejemplo, el Departamento de Calidad), para decidir sobre los proveedores adecuados y los productos adecuados en términos de materiales / servicios para la producción así como la mejor compañía de transporte y el mejor tipo de transporte, teniendo en cuenta las condiciones de entrega (tiempo, precio, condiciones de transporte necesarios para los distintos bienes ...).</p> <p>El / ella es capaz de negociar precios y condiciones de entrega..</p> <p>El / ella es capaz de resolver incidencias de ventas obteniendo la información que falta, completando el proceso de pago y tomar las medidas oportunas en caso de errores en la entrega (como la búsqueda de una empresa de transporte de sustitución).</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>		
	El / ella es capaz de analizar y optimizar el proceso de compras.		
	El / ella es capaz de desarrollar una estrategia de compras bien fundada para la empresa.		
	El / ella es capaz de extraer campañas de compras de la estrategia de compras.		
	El / ella es capaz de controlar los costos del proceso de compras global.		
	El / ella es capaz de analizar los problemas y causas de los problemas en el proceso de compras.		
	El / ella es capaz de resolver problemas complejos en el proceso de compras con restricciones de tiempo.		



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>3. Organizar el empaquetado, el almacenamiento de mercancías, así como los procesos de transporte (logística)</b>	<p>El / ella es capaz de organizar el proceso de transporte mediante la identificación de la ubicación de stock, la asignación de embalaje y entrega de bienes a las empresas de transporte, teniendo en cuenta el peso, las medidas, las condiciones de transporte, los deseos de los clientes y las necesidades de adaptación al mercado externo (por ejemplo, etiquetado en idioma extranjero).</p> <p>El / ella es capaz de coordinar diferentes compañías y departamentos para la venta, la compra, el transporte y la instalación en el exterior.</p>	<p>El / ella es capaz de gestionar los stocks y los procesos logísticos mediante el uso de software de ERP para garantizar que suficiente producto esté en stock, las empresas de transporte estén disponibles y los servicios de envío se realicen.</p> <p>El / ella es capaz de organizar el proceso logístico encargando las ordenes de producción y organizando el proceso de producción.</p>	<p>El / ella es capaz de analizar los diferentes tipos de envases y elegir los más adecuados así como las formas de transporte más adecuadas para los productos (considerando los destinos de entrega, tiempo de entrega, rutas de transporte).</p> <p>El / ella es capaz de emitir documentos de exportación (por ejemplo, la declaración de exportación, EUR.1, ...) teniendo en cuenta las reglamentaciones de envío y manipulación que garantizan el cumplimiento de las normas ambientales y de seguridad.</p> <p>El / ella es capaz de organizar el producto adecuadamente y el etiquetado del embalaje (país, peso, número, tamaño, manipulación, etc.).</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje: no cubiertos por el consorcio</b>		
<b>4. Coordinar y conducir el flujo de documentos y transacciones financieras</b>	<p>El / ella es capaz de documentar y archivar toda la correspondencia relativa a la investigación de mercado, la venta, la compra, las transacciones financieras, procesos logísticos y otros temas vinculados.</p> <p>Para este propósito, él / ella es capaz de utilizar sistemas de comunicación adecuados, sistemas de distribución de la información y sistemas de archivo utilizando bases de datos.</p>	<p>El / ella es capaz de garantizar la correcta contabilización de todos los procesos (finanzas, activos, personal, almacenamiento y logística), teniendo en cuenta los retos de los mercados extranjeros.</p> <p>El / ella es capaz de proporcionar estadísticas para los informes y relacionar las transacciones con los parámetros de costes y centros de costos.</p>	<p>El / ella es capaz de seguir el proceso de las transacciones financieras e iniciar las intervenciones necesarias, tales como recordatorios y cartas de reclamación.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje: no cubiertos por el consorcio</b>		



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>5. Apoyo a los procesos de negocio internos de ventas y compras, incluyendo la gestión de calidad</b>	<p>El / ella es capaz de organizar los procesos de administración de las transacciones financieras, entrega etc. y supervisar los procedimientos de coordinación entre los diferentes departamentos, teniendo en cuenta los aspectos religiosos, culturales y lingüísticos.</p>	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo las tareas típicas de gestión de calidad para garantizar la exactitud e integridad de los documentos para la venta, almacenamiento, transporte y compra de bienes..</p> <p>El / ella es capaz de garantizar el buen funcionamiento de los procesos de negocio, proporcionando a todo el personal y departamentos información sobre los cambios en relación con la venta, compra y condiciones de transporte (por ejemplo, aranceles portuarios, impuestos) y que él / ella es capaz de tomar medidas para salvaguardar los procesos (por ejemplo, seguros, licencias, ...).</p>	<p>El / ella es capaz de iniciar proyectos relativos a nuevos procesos de negocio, exportando o importando nuevos productos así como desarrollar ideas para la ampliación y reestructuración de la cartera de productos y servicios.</p> <p>El / ella es capaz de analizar los riesgos asociados.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje: no cubiertos por el consorcio</b>		



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>6. Observación y análisis de los mercados extranjeros y entorno extranjero</b>	<p>El / ella es capaz de recoger información de la empresa como cuota de mercado, volumen de ventas o historia de la misma, compradores y proveedores actuales.</p> <p>El / ella es capaz de generar estadísticas e informes conforme a lo solicitado por la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de identificar los puntos fuertes y las medidas específicas necesarias para determinar la posición de mercado de la compañía.</p> <p>El / ella es capaz de obtener y preparar información sobre los mercados extranjeros, teniendo en cuenta los indicadores conocidos para el desarrollo del mercado (por ejemplo, la tasa de crecimiento, la productividad, ...).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar los resultados de los estudios de mercado y encontrar indicadores no sólo para los deseos del cliente y desarrollos futuros, sino también para comparar a la empresa con sus competidores.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los riesgos de las diferentes estructuras financieras, de entrega y de importación / exportación.</p> <p>El / ella es capaz de valorar los beneficios y riesgos potenciales de vender y comprar en base a diferentes carteras de productos.</p>	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo investigaciones de mercado en nuevos mercados y países y evaluar las consecuencias de los respectivos aspectos culturales, religiosos y legales (esp. Los derechos de propiedad intelectual, marcas comerciales) y los reglamentos.</p> <p>El / ella es capaz de seguir las tendencias del mercado de manera sistemática.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los factores de contexto estratégico y analizarlos en cuanto a sus consecuencias para hacer negocios en estos mercados.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	El / ella es capaz de recoger datos de la empresa sobre su posición actual en el mercado.			
	El / ella es capaz de identificar los indicadores para el desarrollo de la empresa en datos de la empresa o mediante la comparación con otras empresas.			
	El / ella es capaz de recoger datos clave de los vendedores / compradores de la compañía.			
	El / ella es capaz de utilizar herramientas de investigación para recuperar la información necesaria.			
	El / ella es capaz de utilizar el software para preparar los datos y la información para la presentación.			
	El / ella es capaz de realizar un informe / presentación sobre la situación actual del mercado.			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>6. Observación y análisis de los mercados extranjeros y entorno extranjero</b>	<p>El / ella es capaz de recoger información de la empresa como cuota de mercado, volumen de ventas o historia de la misma, compradores y proveedores actuales.</p> <p>El / ella es capaz de generar estadísticas e informes conforme a lo solicitado por la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de identificar los puntos fuertes y las medidas específicas necesarias para determinar la posición de mercado de la compañía.</p> <p>El / ella es capaz de obtener y preparar información sobre los mercados extranjeros, teniendo en cuenta los indicadores conocidos para el desarrollo del mercado (por ejemplo, la tasa de crecimiento, la productividad, ...).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar los resultados de los estudios de mercado y encontrar indicadores no sólo para los deseos del cliente y desarrollos futuros, sino también para comparar a la empresa con sus competidores.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los riesgos de las diferentes estructuras financieras, de entrega y de importación / exportación.</p> <p>El / ella es capaz de valorar los beneficios y riesgos potenciales de vender y comprar en base a diferentes carteras de productos.</p>	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo investigaciones de mercado en nuevos mercados y países y evaluar las consecuencias de los respectivos aspectos culturales, religiosos y legales (esp. Los derechos de propiedad intelectual, marcas comerciales) y los reglamentos.</p> <p>El / ella es capaz de seguir las tendencias del mercado de manera sistemática.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los factores de contexto estratégico y analizarlos en cuanto a sus consecuencias para hacer negocios en estos mercados.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	<p>El / ella es capaz de recoger datos clave en relación con la estructura de mercado en los mercados extranjeros con respecto a la posición de la empresa.</p>			
	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo un análisis del mercado externo (por ejemplo, benchmarking, análisis de la competencia).</p>			
	<p>El / ella es capaz de identificar las tendencias y desarrollos en los mercados extranjeros.</p>			
	<p>El / ella es capaz de utilizar herramientas de marketing para el análisis de los mercados (por ejemplo, análisis DAFO, análisis de la competencia, ...) de acuerdo con las necesidades de información predefinida.</p>			
	<p>El / ella es capaz de planificar medidas para mantener y mejorar la posición de mercado de la empresa.</p>			
	<p>El / ella es capaz de dar informes claros y presentaciones a los colegas y directivos.</p>			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>6. Observación y análisis de los mercados extranjeros y entorno extranjero</b>	<p>El / ella es capaz de recoger información de la empresa como cuota de mercado, volumen de ventas o historia de la misma, compradores y proveedores actuales.</p> <p>El / ella es capaz de generar estadísticas e informes conforme a lo solicitado por la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de identificar los puntos fuertes y las medidas específicas necesarias para determinar la posición de mercado de la compañía.</p> <p>El / ella es capaz de obtener y preparar información sobre los mercados extranjeros, teniendo en cuenta los indicadores conocidos para el desarrollo del mercado (por ejemplo, la tasa de crecimiento, la productividad, ...).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar los resultados de los estudios de mercado y encontrar indicadores no sólo para los deseos del cliente y desarrollos futuros, sino también para comparar a la empresa con sus competidores.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los riesgos de las diferentes estructuras financieras, de entrega y de importación / exportación.</p> <p>El / ella es capaz de valorar los beneficios y riesgos potenciales de vender y comprar en base a diferentes carteras de productos.</p>	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo investigaciones de mercado en nuevos mercados y países y evaluar las consecuencias de los respectivos aspectos culturales, religiosos y legales (esp. Los derechos de propiedad intelectual, marcas comerciales) y los reglamentos.</p> <p>El / ella es capaz de seguir las tendencias del mercado de manera sistemática.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los factores de contexto estratégico y analizarlos en cuanto a sus consecuencias para hacer negocios en estos mercados.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	El / ella es capaz de identificar indicadores relevantes para la evolución del mercado actuales y futuras y necesidades del cliente.			
	El / ella es capaz de evaluar los indicadores en base a los datos de la empresa, los competidores y el mercado.			
	El / ella es capaz de identificar los riesgos y oportunidades en los mercados y analizar los factores de influencia.			
	El / ella es capaz de llevar a cabo un análisis de riesgos basado en la actual cartera de productos / servicios.			
	El / ella es capaz de desarrollar aún más la cartera de producto / servicio de la empresa y evaluar los riesgos de la misma.			
	El / ella es capaz de interpretar los resultados de la investigación de mercado y / o un análisis DAFO.			
	El / ella es capaz de descubrir implicaciones y asesorar a colegas y superiores.			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>6. Observación y análisis de los mercados extranjeros y entorno extranjero</b>	<p>El / ella es capaz de recoger información de la empresa como cuota de mercado, volumen de ventas o historia de la misma, compradores y proveedores actuales.</p> <p>El / ella es capaz de generar estadísticas e informes conforme a lo solicitado por la empresa.</p>	<p>El / ella es capaz de identificar los puntos fuertes y las medidas específicas necesarias para determinar la posición de mercado de la compañía.</p> <p>El / ella es capaz de obtener y preparar información sobre los mercados extranjeros, teniendo en cuenta los indicadores conocidos para el desarrollo del mercado (por ejemplo, la tasa de crecimiento, la productividad, ...).</p>	<p>El / ella es capaz de analizar los resultados de los estudios de mercado y encontrar indicadores no sólo para los deseos del cliente y desarrollos futuros, sino también para comparar a la empresa con sus competidores.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los riesgos de las diferentes estructuras financieras, de entrega y de importación / exportación.</p> <p>El / ella es capaz de valorar los beneficios y riesgos potenciales de vender y comprar en base a diferentes carteras de productos.</p>	<p>El / ella es capaz de llevar a cabo investigaciones de mercado en nuevos mercados y países y evaluar las consecuencias de los respectivos aspectos culturales, religiosos y legales (esp. Los derechos de propiedad intelectual, marcas comerciales) y los reglamentos.</p> <p>El / ella es capaz de seguir las tendencias del mercado de manera sistemática.</p> <p>El / ella es capaz de identificar los factores de contexto estratégico y analizarlos en cuanto a sus consecuencias para hacer negocios en estos mercados.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje:</b>			
	<p>El / ella es capaz de analizar nuevos mercados y mercados potenciales en nuevos países.</p>			
	<p>El / ella es capaz de identificar la influencia de los factores socio-culturales (por ejemplo, la cultura, el sistema legal, la religión) en los mercados y evaluar sus posibilidades y limitaciones.</p>			
	<p>El / ella es capaz de analizar las tendencias de forma sistemática en los mercados importantes.</p>			
	<p>El / ella es capaz de identificar los factores socio-económicos y sus consecuencias para la empresa.</p>			
	<p>El / ella es capaz de analizar el contexto relevante y sacar conclusiones para las transacciones comerciales.</p>			
	<p>El / ella es capaz de presentar una estrategia bien fundada de la compañía y sus resultados, adecuada para diferentes grupos objetivos.</p>			



## THEME Matriz de Competencias - Comercio

### Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje



<b>7. Establecimiento de estructuras de cooperación con socios internacionales</b>	<p>El / ella es capaz de ponerse en contacto con los agentes, socios internacionales y las instituciones oficiales (por ejemplo, autoridades de aduanas) para organizar y coordinar procesos de ventas y compras estándar (por ejemplo, establecimiento de fechas, recopilación de información sobre las personas de contacto, los flujos y el estado de la entrega, el envío ...)</p>	<p>El / ella es capaz de encontrar nuevos socios potenciales, proporcionar y coordinar las posibilidades de cooperación e iniciar reuniones con ellos.</p>	<p>El / ella es capaz de organizar empresas conjuntas (joint ventures) y proporcionar detalles contractuales (por ejemplo, para la concesión de licencias de tecnología, patentes, marcas, derechos de propiedad intelectual, condiciones).</p> <p>El / ella es capaz de identificar las barreras, las condiciones tributarias y financieras y otra información relevante para la toma de decisiones tales como el establecimiento de agencias de venta propiedad de la compañía, tiendas o la asignación de responsabilidades entre los socios.</p> <p>Para estas tareas el / ella puede cooperar con expertos de diferentes campos (abogados, consultores) para asesorarse.</p>
	<b>Competencias parciales\ Resultados de aprendizaje: no cubiertos por el consorcio</b>		

**Abreviaturas:**

- BOL B/L      *Bill of lading / Carta de embarque*
- CMR          *CMR Carta de porte por carretera*
- ERP          *Enterprise Resource Planning / Sistema de Planificación de los Recursos de la Empresa*
- L/C          *Letter of Credit / Carta de crédito*
- SOP          *Sales Order Process / Pedido del Cliente - Orden de Fabricación*
- EUR 1        *Certificado de circulación de mercancías*



Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea.

Esta publicación refleja únicamente los puntos de vista del autor y no se puede responsabilizar a la Comisión de cualquier uso que se pueda hacer de la información aquí contenida.