Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

Junio 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	COMPRAVENTA
Código:	COMT0028
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Gestionar un negocio internacional, incidiendo en los procesos, la cadena de valor y la mentalidad global, así como ser capaz de reforzar y sistematizar el conocimiento sobre apoyos institucionales a la internacionalización.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Visión estratégica del negocio y la oferta internacional	30 horas
Módulo 2	Identificación de oportunidades de negocio y la localización de clientes	30 horas
Módulo 3	Negociación, contratación y plan operativo de internacionalización	30 horas
Módulo 4	Documentación de operaciones internacionales y principales aspectos financieros del comercio exterior	30 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	120 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: -Título de Bachiller o equivalente -Título de Técnico Superior (FP Grado superior) o equivalente -Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior -Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad -Certificado de profesionalidad de nivel 3 -Título de Grado o equivalente -Título de Postgrado (Máster) o equivalente

Experiencia profesional	No se requiere
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente del ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente del ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo.
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere 1 año en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de no disponer de formación.
Competencia docente	Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos: - Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110. - Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m²	2.4 m² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa. Software necesario para realizar la formación

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

  Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

  a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

  b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

  Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

  Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:
  - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
  - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).

- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 12111015 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, EN GENERAL
- 12211023 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS, EN GENERAL
- 13151010 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE ABASTECIMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y/O LOGÍSTICA, EN GENERAL
- 26121019 ASESORES FINANCIEROS Y EN INVERSIONES

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: **Visión estratégica del negocio y la oferta internacional**

OBJETIVO

Establecer una visión estratégica del negocio internacional, analizando los conceptos clave del comercio y la contratación internacional, así como la estructura de una oferta internacional.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Visión estratégica del negocio internacional
  - El comercio internacional y su importancia en la globalización de los negocios
  - Comercio y contratación internacional
  - Conceptos de contratación internacional
  - Operaciones comerciales internacionales
  - Terminología en el comercio internacional
  - Clasificación de las operaciones internacionales
  - El comercio internacional y sus operaciones
  - Elementos intervinientes en el comercio exterior
  - Procesos y elementos aduaneros
  - Evaluación del impacto ambiental en los elementos aduaneros
  - Regímenes comerciales
  - Tipos de contratos y documentos
- Definición de la oferta internacional
  - Compraventa y logística internacional
  - Contratos de compraventa
  - Promoción del uso de contratos que incluyan cláusulas de sostenibilidad en el comercio internacional
  - Convenio de las Naciones Unidas sobre contratos de compraventa

- Compraventa y logística internacional
- Interfaces exteriores que afectan la operación comercial

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Atención a los elementos clave en los contratos de compraventa internacional y su relación con la logística, incluyendo operaciones, regímenes comerciales y procesos aduaneros.
- Resolución de problemas al gestionar las interfaces tanto internas como externas en las operaciones comerciales.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: Identificación de oportunidades de negocio y la localización de clientes

OBJETIVO

Identificar oportunidades de negocio en los mercados internacionales, desarrollar estrategias de marketing internacional y localizar clientes potenciales, aplicando herramientas de análisis, segmentación de mercados y marketing mix.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Explicación del concepto Marketing
  - El marketing internacional, la globalización de los mercados y la empresa internacional
  - Relación entre empresa internacional y marketing en un entorno globalizado
  - Conceptos de marketing
  - Evolución y etapas de desarrollo del marketing
  - Hitos de la historia del marketing
  - Relevancia del marketing en el éxito de las empresas
  - El marketing mix
  - Las 4 P's de McCarthy
  - Marketing y Marketing internacional
- Análisis de las teorías explicativas del comercio internacional
  - Teorías económicas que explican el comercio internacional
  - La Organización Mundial del Comercio (OMC)
  - La globalización de la demanda y de la oferta
  - Estrategias globales para posicionar en mercados internacionales
  - Ventajas de la internacionalización para las empresas
  - Oportunidades de los mercados internacionales a través de la investigación de mercados y el análisis FODA
  - Métricas de sostenibilidad en los análisis FODA
  - Entorno político, económico, cultural y legal
  - Bloques económicos y su influencia en el comercio internacional
- Investigación de mercados internacionales

- Métodos y técnicas de investigación
- Sistema de información de marketing internacional
- Selección de mercados. Análisis FODA (externo) y análisis interno (de la empresa)
- Segmentación del mercado internacional
- Desarrollo del un plan de marketing internacional
- Factores que facilitan la adaptación de productos y estrategias en diferentes mercados internacionales
- Políticas y estrategias del Marketing mix internacional

- Planificación y desarrollo de productos

  - Desarrollo de nuevos productos para mercados internacionales
  - Desarrollo de productos adaptados a estándares medioambientales y etiquetado sostenible
  - Etapas del lanzamiento de nuevos productos
  - Estrategias para la fijación de precios en mercados internacionales, incluyendo consideraciones de factores locales y globales
  - Estandarización o adaptación de los precios según el mercado internacional
- Distribución internacional

  - Selección de canales de distribución y logística internacional
  - Ventajas y desventajas de utilizar distribuidores ajenos
  - Exportación mediante cooperación con socios locales o internacionales
- Gestión de la publicidad y promoción de ventas internacionales

  - Estrategias de publicidad y promoción adaptadas a mercados internacionales
  - Uso del benchmarking para analizar competidores
  - Competencia internacional y estrategias de marketing

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Atención en analizar la evolución del marketing para la interpretación de contextos internacionales.
- Implicación en el desarrollo de estrategias de marketing internacional competitivas.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3:	Negociación, contratación y plan operativo de internacionalización

OBJETIVO

Conocer los fundamentos de la negociación y contratación internacional, con especial atención a las operaciones comerciales, las condiciones de entrega (INCOTERMS) y la creación de un plan operativo de internacionalización, incluyendo el despacho de aduanas y transporte.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Negociación y contratación internacional
    - El comercio internacional y su relevancia en la globalización de los mercados
    - Diferencias entre el comercio nacional e internacional
    - Operaciones y elementos intervinientes
    - Conceptos fundamentales sobre el comercio internacional
    - Operaciones comerciales
    - Contratación internacional y condiciones de entrega
    - Contratación internacional y sus particularidades en comparación con la contratación local
    - Contratos verdes en las operaciones de importación y exportación
    - Los INCOTERMS (International Commercial Terms)
    - Fomento del uso de INCOTERMS con condiciones responsables hacia el medio ambiente en el transporte
- Descripción de un plan operativo de internacionalización
    - Descripción del despacho de aduanas
    - Despacho de aduanas en operaciones de exportación e importación de mercancías
    - La aduana como institución que regula el comercio entre países
    - Aduanas en las diversas regiones del mundo
    - Valor y clasificación aduanera
    - Clasificación arancelaria
    - Operatividad aduanera
    - Cumplimiento de la normativa aduanera
    - Responsabilidades en el transporte y la selección de rutas eco sostenibles
    - Responsabilidades de la persona transportista
    - Aspectos jurídicos del transporte
    - Procedimientos de indemnización
    - Operadores internacionales
    - Operatividad de las personas agentes

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Asimilación de los conceptos clave del comercio y la contratación internacional.
- Atención en los diferentes tipos de operaciones comerciales.
- Interés por el desarrollo de un plan operativo de internacionalización.

MÓDULO DE FORMACIÓN 4:	Documentación de operaciones internacionales y principales aspectos financieros del comercio exterior

OBJETIVO

Usar la terminología comercial internacional (INCOTERMS), la correcta gestión de la documentación en operaciones internacionales, la determinación del precio de exportación y los aspectos financieros del comercio internacional, incluyendo medios de pago, financiación y gestión de riesgos.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 30 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Clasificación de la terminología comercial internacional (INCOTERMS)
    - Términos comerciales
    - Implicaciones legales de los INCOTERMS
    - Aspectos prácticos de los INCOTERMS
- Situación de la mercancía
    - Protección material de la mercancía
    - Embalajes internacionales
    - Obligaciones legales relacionadas con el embalaje de mercancías
    - Aspectos técnicos del embalaje
    - Promoción de embalajes reciclables y reutilizables
- Gestión de las modalidades de pago internacional
    - Modos de pago internacionales
    - Condiciones de pago
    - Incentivos de modalidades de pago: priorización de entidades proveedoras y operadoras logísticas sostenibles
    - Aspectos jurídicos CREDOC
- Precisión en el aseguramiento de la carga
    - Parámetros de seguros
    - Cláusulas inglesas del seguro de transporte
    - Operatividad del seguro desde la contratación hasta la reclamación en caso de siniestro
- Identificación de apoyos internacionales
    - Principales organismos nacionales e internacionales que apoyan la internacionalización de las empresas
    - Servicios que ofrecen estos organismos
    - Alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales promotores de la sostenibilidad en la internacionalización empresarial
    - Asesoramiento en la entrada a mercados internacionales
    - Beneficios de contar con el apoyo institucional para reducir riesgos y mejorar las oportunidades de éxito

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Asimilación de los términos comerciales internacionales (INCOTERMS).
- Predisposición para comprender las modalidades de pago y financiación de operaciones internacionales.
- Colaboración con las instituciones internacionales y su rol en facilitar las operaciones de comercio exterior.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Se recomienda tener en cuenta el Reglamento (UE) nº925/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de octubre de 2013, por el que se establece el código aduanero de la Unión.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.