

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL:

Atención al cliente

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM087_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 915/2024
Referencia Normativa:	Orden EFP/63/2021, RD 930/2020, RD 295/2004, RD 109/2008

Competencia general

Gestionar y ejecutar los planes de atención a la clientela de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa aplicable en materia de consumo.

Unidades de competencia

- UC0241_2:** EJECUTAR LAS ACCIONES DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO
- UC0245_3:** Gestionar quejas y reclamaciones en la atención a la clientela
- UC0246_3:** GESTIONAR INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
- UC9998_2:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad profesional, en el área de información y orientación a la clientela de bienes y servicios, en entidades públicas o privadas, en departamentos de atención a la clientela, en empresas de cualquier tamaño, tanto por cuenta propia como ajena, con independencia de su forma jurídica. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal y diseño universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

Sectores Productivos

Se ubica en el sector productivo de Comercio y Marketing, en el subsector relativo a la compraventa.

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendido de mujeres y hombres.

- Técnicos en servicios de atención al cliente
- Gestores comerciales en atención de clientes
- Técnicos en consumo

Formación Asociada (630 horas)

Módulos Formativos

- MF0241_2:** INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO (150 horas)
- MF0245_3:** Gestión de quejas y reclamaciones en la atención a la clientela (180 horas)
- MF0246_3:** GESTIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO (180 horas)
- MF9998_2:** COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

EJECUTAR LAS ACCIONES DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Nivel: 2
Código: UC0241_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Proporcionar la información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, considerando la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal con el fin de atender su demanda y cumplir sus expectativas.

CR1.1 La primera toma de contacto con el cliente, consumidor y usuario se efectúa, atendiendo al tratamiento protocolario y respetando las normas establecidas por la organización, en función del canal de comunicación presencial y no presencial -telefonía, e-mail, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-.

CR1.2 Los datos personales se solicitan, en su caso, de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y el canal de comunicación utilizado, registrando la información recibida en las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes -CRM (Customer Relationship Management)- en sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) o en las definidas por la organización.

CR1.3 La información solicitada se obtiene, de las aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes, de los manuales establecidos por la organización, folletos, documentos informativos, publicidad, del superior jerárquico, u otros medios disponibles.

CR1.4 La información se proporciona con claridad y exactitud, empleando los canales y herramientas de comunicación online/offline, según los protocolos establecidos por la organización.

CR1.5 La demanda solicitada por el cliente, consumidor y usuario se resuelve personalmente permitiendo una gestión inmediata o bien canalizándola al departamento y/o responsable correspondiente, cuando exceda del ámbito de su responsabilidad, según las normas internas establecidas por la organización.

CR1.6 La despedida con el cliente, consumidor y usuario se efectúa contrastando que las demandas del cliente quedan resueltas con preguntas sobre la necesidad de facilitar más información, según el canal utilizado y los protocolos establecidos por la organización.

RP2: Efectuar el seguimiento postventa del producto y/o servicio vendido, ofertar en su caso, programas de fidelización de clientes, consumidores y usuarios a través de los canales de comercialización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los criterios establecidos por la

organización para premiar su lealtad con un sistema de incentivos y vincularle a la marca, producto o servicio adquirido.

CR2.1 La relación con el cliente, consumidor y usuario se mantiene durante el proceso postventa, utilizando técnicas de comunicación online/offline comprobando su grado de satisfacción, idoneidad y calidad del producto y/o servicio.

CR2.2 Las posibles incidencias en el proceso postventa se resuelven, dentro del ámbito de su responsabilidad, de acuerdo a las normas internas de la organización o derivándolas al nivel jerárquico superior.

CR2.3 El programa de fidelización al cliente, consumidor y usuario se ofrece, en su caso, premiando con promociones, ofertas, descuentos u otros, su lealtad con la marca del producto y/o servicio.

CR2.4 El programa de fidelización de clientes se tramita por medios físicos o digitales ofertados por la organización -CRM, e-commerce, redes sociales, Internet, documentación u otros-.

CR2.5 El documento acreditativo del programa de fidelización -tarjeta física, magnética, código u otros-, se facilita al cliente, consumidor y usuario, en su caso, para que acceda a los beneficios ofertados por la organización.

RP3: Tramitar la información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario de forma coordinada con el resto del equipo, utilizando aplicaciones de gestión con clientes y técnicas organizativas, según la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de disponer de datos que optimicen costes de gestión y tiempos de acceso.

CR3.1 La información recibida se registra en las aplicaciones informáticas de gestión de relaciones con la clientela, consumidor y usuario, de forma manual u otros medios, en función de las características de la documentación y de las normas internas de la organización.

CR3.2 La documentación recibida del cliente, consumidor o usuario se clasifica de forma manual o por medios informáticos, aplicando técnicas de organización y archivo en función de las características de los documentos y de las normas internas de la organización.

CR3.3 La documentación se codifica, en su caso, según los procedimientos establecidos por la organización, generando un justificante de entrada asociado al documento que le identifique y optimice los tiempos en procesos de búsqueda de la información.

CR3.4 La información registrada y/o clasificada se almacena en los dispositivos de seguridad - unidades de memoria externas o internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros- o en medios físicos -archivos, armarios, carpetas u otros-, según los medios y procedimientos establecidos por la organización.

CR3.5 Las consultas de clientes, consumidores o usuarios se efectúan, aplicando métodos de búsqueda masiva en archivos propios o en la red por diferentes canales de comunicación, seleccionando aquéllos que generen una respuesta idónea y dote de calidad al servicio prestado.

CR3.6 Las bases de datos de la organización se actualizan con la información recopilada, de acuerdo con los protocolos internos, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos y defensa de los consumidores y usuarios.

RP4: Ejecutar instrucciones de evaluación del grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios sobre el servicio prestado, recopilando la información

proporcionada según el canal de comunicación, con el fin de optimizar el proceso de gestión y mejorar la calidad del servicio prestado.

CR4.1 Las posibles deficiencias en el servicio prestado se detectan, recopilando la información del cliente, consumidor y usuario por medio de encuestas, formularios u otros documentos y/o medios, según el canal utilizado y los criterios establecidos por la organización.

CR4.2 La información recopilada sobre clientes, consumidores y usuarios se registra en las aplicaciones informáticas correspondientes y/o se archivan de forma manual, según los procedimientos establecidos por la organización.

CR4.3 La información recopilada se contrasta, en su caso, con la archivada sobre informes de satisfacción, documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

CR4.4 Las incidencias detectadas durante del proceso de atención al cliente en productos y/o servicios, se transmiten al superior jerárquico, utilizando los medios y procedimientos establecidos por la organización y en su caso, resolviendo en el ámbito de su responsabilidad.

CR4.5 Las reclamaciones, quejas y/o sugerencias expresadas por los clientes, consumidores y usuarios se contrastan con la información procedente de las aplicaciones de gestión de clientes, analizando su tipología y fin.

CR4.6 Los informes referidos al grado de satisfacción y de las expectativas de los clientes, consumidores y usuarios se elaboran con aplicaciones informáticas específicas de gestión de clientes, incluyendo conclusiones y aportando propuestas en el ámbito de su responsabilidad, que puedan optimizar la calidad del servicio prestado.

CR4.7 La calidad del servicio se gestiona, colaborando de forma coordinada con el equipo de trabajo cumpliendo con las órdenes recibidas por la organización.

Contexto profesional

Medios de producción

Canales de comunicación presencial y no presencial: telefonía, e-mail, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales. Aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes: CRM (Customer Relationship Management). Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning). Manuales. Folletos. Documentos informativos. Publicidad. Formularios de registro de entrada de información. Ordenes de trabajo. Canales de comunicación. Dispositivos de copias de seguridad: unidades de memoria externas, internas, ubicaciones de red, servidores, aplicaciones específicas, servicios en la nube u otros. Encuestas. Formularios. Informes de satisfacción. Documentación con consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otra información de la organización.

Productos y resultados

Información requerida por el cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación proporcionada. Seguimiento postventa del producto y/o servicio efectuado. Información y documentación facilitada por el cliente, consumidor y usuario tramitada. Instrucciones de evaluación del grado de satisfacción de los clientes, consumidores y usuarios ejecutadas.

Información utilizada o generada

Normativa de protección de datos de carácter personal. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios. Normas de la organización para la gestión de clientes, consumidores y usuarios. Información del cliente, consumidor y usuario procedente de: informes de satisfacción, consultas, peticiones, incidencias, reclamaciones, u otros. Bases de datos. Registros de entrada de consultas y reclamaciones. Procedimiento interno de calidad. Registros de satisfacción del cliente.

Informes de propuestas de mejora. Manuales de gestión de clientes de la organización. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre publicidad y comercio electrónico. Normativa sobre resolución de conflictos en materia de consumo. Normativa sobre igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Normativa sobre igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Gestionar quejas y reclamaciones en la atención a la clientela

Nivel: 3
Código: UC0245_3
Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Identificar la consulta, queja o reclamación de la clientela en materia de consumo, evaluando las necesidades del consumidor, para marcar líneas de actuación.

CR1.1 En el inicio de la relación presencial, telefónica o telemática el personal se identifica, citando su nombre y el de la empresa que representa.

CR1.2 La actitud educada del personal se demuestra, atendiendo a las explicaciones del consumidor, mostrando interés, mediante preguntas de confirmación y reformulación de lo explicado por la clientela, escuchando de manera activa el relato de los hechos, realizando la gestión con diligencia.

CR1.3 El motivo de la consulta, queja o reclamación se identifica, detectando las partes intervinientes, clasificando los hechos de forma cronológica, delimitando el departamento de atención a la clientela indicado para su resolución.

CR1.4 Los criterios y elementos objetivos aportados por la clientela, así como la información o documentación existente se recogen, identificando el procedimiento a seguir, determinando las vías de actuación según la naturaleza de la queja o reclamación, registrando la información en sistemas de gestión de relaciones con la clientela, Customer Relationship Management (CRM).

CR1.5 El procedimiento y tiempo estimado para la resolución de queja o reclamación se revisa, informando e indicando los plazos para la presentación de su reclamación, queja o consulta, citando tiempos de respuesta.

RP2: Asesorar a la clientela, informando sobre sus derechos y mecanismos de mediación y arbitraje, para resolver su reclamación, queja o consulta.

CR2.1 Las consultas complejas que no se resuelven con inmediatez se posponen, completando la información, motivando la respuesta, aportando soluciones a la clientela, aplicando criterios de prudencia y coherencia.

CR2.2 El cumplimiento de los procedimientos en relación con la consulta, queja o reclamación planteada se identifica, consultando fuentes fiables, verificando la vigencia en el momento que se interpuso, extrayendo la información relacionada con la naturaleza de la misma, avanzando en la gestión de la queja o reclamación si procede.

CR2.3 Los mecanismos de reclamación, mediación o arbitraje y la documentación para su tramitación se facilitan a la clientela asesorando en su gestión, verificando el fundamento de la reclamación.

CR2.4 La orientación en la cumplimentación de las hojas de reclamaciones se efectúa, realizando una exposición de los hechos ocurridos, especificando lo que solicita la clientela, exponiendo de forma ordenada, clara y precisa su relato.

CR2.5 La consulta planteada una vez solucionada, se notifica, mediante cita presencial, correo postal o a través de medios electrónicos, entre otros, asegurando que la clientela los recibe en tiempo y forma, elaborando un escrito, describiendo clara y ordenadamente las vías de actuación y plazos de reclamación.

CR2.6 La orientación en los procedimientos de consulta, queja o reclamación de consumidores ancianos o con discapacidad: visual, auditiva, intelectual, entre otras, se realiza, asesorando sobre los procedimientos, aplicando protocolos comunicativos: vocalización, contacto visual, repetición de mensajes, contacto físico, gestualización, entre otros.

RP3: Recabar información sintetizada y documentada, cumpliendo criterios de veracidad e imparcialidad, para formalizar la queja o reclamación, respetando los intereses de la clientela.

CR3.1 Los actores implicados en la recogida de información y toma de datos, se identifican, guiando éticamente, a la persona interesada en la redacción de los hechos, recabando información precisa, documentación relacionada con el objeto del conflicto, poniendo a disposición del solicitante información sobre los soportes, formatos y medios existentes destinados a tal efecto.

CR3.2 Los indicios relacionados con las circunstancias y la información referida a la queja o reclamación se obtienen, documentando las evidencias para la toma de decisiones.

CR3.3 La información recabada en los formatos, soportes y medios convencionales: conversaciones, registros, documentos, así como digitales: fotografías, videos, archivos, entre otros, se procesa, utilizando criterios de verificación, clasificación y envío, según el plan de actuación definido para la tramitación de la reclamación.

CR3.4 El plan de actuación en materia de cláusulas abusivas se aplica, adecuando las acciones en conformidad con las partes, determinando las prioridades en función de la complejidad del problema.

CR3.5 La queja o reclamación se tramita, aportando un resumen, síntesis o clasificación, atendiendo a la veracidad de los hechos, constatando los mismos si es posible, manteniendo la imparcialidad, respetando el procedimiento administrativo definido, utilizando medios convencionales y/o electrónicos.

CR3.6 El tratamiento de la información y la documentación, atendiendo al cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) se analiza, verificando la conformidad del proceso, revisando la ejecución de los pasos previos, y el cumplimiento de los requisitos para ser admitida a trámite, resolviendo el conflicto, en su caso.

RP4: Remitir el informe personalizado de la queja o reclamación a los actores implicados en la gestión del conflicto, garantizando los intereses de la clientela, para su resolución en el plazo convenido.

CR4.1 El seguimiento de la queja o reclamación tramitada ante el agente competente en materia de resolución se efectúa, obteniendo información de la fase en la que se encuentra, adoptando medidas: evolución, retrasos, incidencias, problemas detectados en la gestión de la resolución, entre otros, informando al interesado del estado en el que se encuentra el proceso y del grado de cumplimiento de los plazos pactados.

CR4.2 La comunicación de la resolución del conflicto por instancias superiores se completa, garantizando su traslado, argumentando su contenido y verificando su comprensión a la persona interesada, utilizando medios convencionales o electrónicos, cumpliendo con los plazos estipulados.

CR4.3 El cierre del proceso de gestión de la queja/reclamación se estructura, informando al interesado de las actuaciones realizadas, notificando la resolución obtenida (favorable o no), orientando al reclamante sobre sus opciones, garantizando la satisfacción del interesado con la gestión realizada.

CR4.4 La resolución de la queja/reclamación se archiva, procesando las respuestas obtenidas, utilizando técnicas de archivo, estadísticas y de tratamiento informático, entre otras, facilitando su análisis posterior.

RP5: Garantizar el servicio de atención a la clientela, consumidor o usuario, realizando el seguimiento del expediente, para evitar quejas o reclamaciones futuras.

CR5.1 La gestión del expediente se supervisa, garantizando la ausencia de anomalías en la evolución del proceso, comprobando que las actuaciones han sido realizadas con diligencia en tiempo y forma.

CR5.2 Los intereses de la clientela se garantizan, utilizando medios telemáticos, grabaciones, auditorias, cotejando los procesos con el plan de actuación, verificando que los mismos pueden ser cumplidos en tiempo y forma.

CR5.3 La satisfacción de la clientela se contrasta, realizando encuestas, utilizando formularios de calidad a través de medios convencionales, digitales, soportes interactivos, dispositivos adaptados a la diversidad existente de programas de medición de lealtad de la clientela Net Promoter Score (NPS), programas de medición de la satisfacción Customer Satisfaction Score (CSAT), programas para valorar el esfuerzo de la clientela Customer Effort Score, (CES), entre otros.

CR5.4 Los expedientes, atendiendo a su clasificación y complejidad se revisan, buscando anomalías en la gestión, detectando áreas de mejora de los procesos y validando la comprensión de estos.

CR5.5 La fidelización de la clientela se efectúa, poniendo a su disposición herramientas que generen satisfacción: servicios post venta, puntos de información y gestión de incidencias, entre otros, manteniendo canales abiertos de consulta e información, (blog, redes sociales, boletines de noticias, seminarios, suscripciones), utilizando técnicas que les hagan sentir especiales como programas de fidelización, (felicitaciones en fechas especiales, premios, accesos preferentes, regalos promocionales y descuentos por compras recurrentes).

Contexto profesional

Medios de producción

Dispositivos electrónicos en red local con conexión a Internet, portátiles, tabletas, smartphones, dispositivos con conexión inalámbrica. Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con la clientela (CRM). Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Medios telemáticos. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Soportes y materiales de almacenamiento digital, pendrive. Almacenamiento en la nube. Sistemas y programas de fidelización. Tarjetas de fidelización físicas y/o digitales, códigos QR, programas de bases de datos para fidelización. Internet de las cosas (IoT). Manejo de gran volumen de datos (Big Data). Chabots.

Productos y resultados

La consulta, queja o reclamación de la clientela identificada. Clientela asesorada. Información sintetizada y documentada recabada. Informe personalizado de la queja o reclamación remitido. Servicio de atención a la clientela garantizado.

Información utilizada o generada

Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, información, denuncias y quejas. Plantillas de encuestas que maximicen cantidad y calidad del feedback. Encuestas en Apps. Encuestas post servicio. Encuestas largas vía mail. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos) en soportes de papel o digitales recibidas a través de medios convencionales, electrónicos, redes sociales, e internet. Monitorización de Social media. Informes generados sobre satisfacción de consumidores y usuarios. Análisis y mediciones en tiempo real con herramientas analíticas y de feedback. Encuestas de experiencia clientela. Evaluaciones de procedimiento y personal para mejorar la experiencia del consumidor/usuario. Listados e información sobre organismos e instituciones competentes en materia de consumo, comercio electrónico y asociaciones de consumidores. Normativa e información específica en comercio aplicable a su sector de actividad. Normativa específica en consumo y comercio electrónico. Ley de procedimiento administrativo. Normativa con independencia de su ámbito territorial relacionada con los consumidores y usuarios. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre protección ambiental. Normativa sobre protección de datos personales. Normativa sobre igualdad de género. Normativa sobre publicidad no sexista y derecho antidiscriminatorio. Normativa sobre atención a personas mayores

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

GESTIONAR INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Nivel: 3
Código: UC0246_3
Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Obtener información y documentación que afecte a la clientela o usuarios, asegurando su fiabilidad y veracidad, para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la organización.

CR1.1 La información y documentación se obtiene, identificando las fuentes, públicas y privadas: boletines oficiales, investigaciones y estudios, libros y revistas especializadas, bases de datos de la empresa, administración pública y asociaciones de consumidores, estadísticas de consultas y reclamaciones de la empresa, asociaciones de consumidores, medios de comunicación en general, e Internet, entre otras.

CR1.2 La información y documentación se clasifica, asegurando que se disponga de un archivo documental de temas relacionados con el consumo y los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos, respetando la normativa en materia de protección de datos de carácter personal.

CR1.3 Las fuentes de información y documentación se seleccionan, comprobando que sean veraces y compatibles con el presupuesto de la organización.

CR1.4 Las técnicas de recogida de información y documentación se escogen, comprobando que las mismas son fiables y están actualizadas.

CR1.5 Las situaciones de alerta en la selección de información se detectan, comunicándolas a los departamentos de la empresa y a las autoridades legales en materia de seguridad.

CR1.6 La orientación en los procedimientos de consulta, queja o reclamación de consumidores ancianos o con discapacidad: visual, auditiva, intelectual, entre otras, se realiza, asesorando sobre los procedimientos, aplicando protocolos comunicativos: vocalización, contacto visual, repetición de mensajes, contacto físico, gestualización, entre otros.

RP2: Procesar información procedente de fuentes internas y externas a la organización, aplicando métodos analógicos o digitales, para obtener datos que ayuden a mejorar la calidad del servicio, generando documentación en materia de consumo.

CR2.1 La información y la documentación en materia de consumo se cataloga, aplicando técnicas que permiten su localización, siguiendo los criterios de la organización.

CR2.2 La información y documentación en materia de consumo se archiva, aplicando técnicas analógicas, digitales o el programa informático de organización y gestión integral de relaciones con la clientela CRM - Customer Relationship Management.

CR2.3 Las demandas de información y documentación en materia de consumo de la clientela se catalogan, clasificando por tipo de demanda y sector, asegurando su acceso y consulta.

CR2.4 La estadística con los datos de funcionamiento del sistema de información en materia de consumo se confecciona, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización.

CR2.5 La información y las bases documentales propias se actualizan periódicamente, identificando la información y normativa en materia de consumo, completando y modificando anteriores registros.

RP3: Atender las demandas internas y externas de información en materia de consumo, asegurando su difusión, utilizando preferentemente medios electrónicos, para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la organización.

CR3.1 Los documentos informativos en materia de consumo que responden a las demandas internas y externas de información se elaboran, accediendo a fuentes internas y externas y seleccionando información de acuerdo con el objetivo.

CR3.2 La información en materia de consumo que contienen los documentos elaborados se estructura, ordenando los datos de forma homogénea, clara y concisa, especificando fuente y fecha.

CR3.3 El boletín informativo periódico o lista de correo se elabora, analizando la información en materia de consumo de interés, seleccionando aquella que debe de contextualizar el documento.

CR3.4 La información o documentación en materia de consumo solicitada se suministra, identificando el canal más económico y rápido, preferentemente digital.

CR3.5 Los contenidos audiovisuales y digitales de información sobre los derechos de los consumidores: infografías, píldoras formativas/informativas, videos, presentaciones, entre otros, se elaboran, teniendo en cuenta los costes de producción en el uso de imágenes reales, banco de imágenes gratuito o de pago, entre otros, debiendo ajustarse al presupuesto de la organización.

RP4: Aplicar protocolos de protección de datos en materia de consumo de carácter personal para mantener la información actualizada con integridad.

CR4.1 La disponibilidad y conservación de los archivos o bases de datos se asegura, realizando copias en distintas ubicaciones con la periodicidad que establezcan los protocolos de seguridad informática de la empresa.

CR4.2 La integridad y seguridad de la información se garantiza, estableciendo protocolos de acceso a los espacios físicos o sistemas informáticos que la contengan.

CR4.3 Los datos personales de los usuarios del servicio de información y documentación se tratan, respetando la normativa de protección de datos personales, siguiendo las directrices del departamento de Protección de Datos de la organización.

CR4.4 El acceso a los sistemas de información y a las bases de datos públicas y privadas se realiza, siguiendo las directivas de ciberseguridad de la organización.

RP5: Actualizar el Sistema de Información en materia de consumo, garantizando su adaptación a los cambios, para una eficaz utilización por el equipo de trabajo.

CR5.1 La usabilidad del Sistema de Información en materia de consumo se garantiza, comprobando su compatibilidad con los avances tecnológicos y las nuevas versiones de las aplicaciones utilizadas.

CR5.2 Los nuevos sistemas de organización y tratamiento de la información en materia de consumo se identifican, valorando ventajas e inconvenientes respecto al sistema establecido, proponiendo en su caso la incorporación de los mismos.

CR5.3 Las nuevas fuentes de información y documentación en materia de consumo se identifican, comprobando su fiabilidad y actualización, con el objeto de ampliar y actualizar el archivo documental de consumo.

CR5.4 La validez de la información y documentación en materia de consumo del Sistema de Información se garantiza, estableciendo procedimientos de control de contenidos obsoletos, que los actualicen o eliminen.

CR5.5 La vigencia de la normativa aplicable en materia de consumo se contrasta, consultando diariamente las bases de datos públicas o privadas, creando alertas sobre los cambios de las normas de consumo que afecten a la organización.

Contexto profesional

Medios de producción

Dispositivos electrónicos y dispositivos móviles con conexión a la red corporativa y a Internet. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Alojamiento de información en la nube. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con la clientela. Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Aplicaciones de gestión de actividades y proyectos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP). Aplicaciones de correo electrónico. "Software" de digitalización, catalogación de contenidos y conversión de formatos. Programas informáticos de organización y gestión integral de relaciones con la clientela Customer Relationship Management (CRM). Aplicaciones de grandes volúmenes de datos (Big Data) e Inteligencia Artificial (IA). Internet de las Cosas (IoT).

Productos y resultados

Información y documentación obtenida. Información procedente de fuentes internas y externas a la organización procesada. Demandas internas y externas de información en materia de consumo atendida. Protocolos de protección de datos de carácter personal aplicados. Sistema de información actualizado.

Información utilizada o generada

Portales web especializados en consumo y relaciones con la clientela, publicaciones, bases de datos públicas y privadas, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Reclamaciones, denuncias y consultas de los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Estudios sobre consumo. Estudios y publicaciones sectoriales. Estudios y publicaciones sobre productos/servicios. Estudios internos. Normativa aplicable sobre protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras. Normativa sobre servicios de atención a la clientela. Normativa sobre protección de datos personales y garantía de los derechos digitales. Normativa sobre publicidad y comercio electrónico. Normativa sobre resolución de conflictos en materia de consumo. Normativa medioambiental. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre igualdad de género. Normativa sobre publicidad no sexista y derecho antidiscriminatorio. Normativa sobre atención a personas mayores.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2
Código: UC9998_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar el sentido general de la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de forma precisa, emitida por cualquier persona o medio de emisión/comunicación, para identificar la aplicabilidad de los datos y garantizar el servicio.

CR1.1 Los medios de producción asociados a las actividades profesionales se detectan para garantizar su identificación en una situación de trabajo, garantizando su comprensión global en función del contexto en el que se utilicen.

CR1.2 La información oral emitida por distintos medios (comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados) se interpreta de forma precisa para favorecer el desarrollo de la actividad, empleando estrategias que permitan inferir los datos recibidos de manera incompleta discriminando los posibles patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

CR1.3 Las instrucciones de trabajo, advertencias y consejos de operaciones definidas se interpretan, intercambiando información sobre el tema a tratar, a fin de aplicarlas en el desempeño de su competencia, identificando el contexto de la intervención.

CR1.4 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales manifestadas oralmente por diferentes interlocutores se interpretan, practicando una escucha atenta para extraer las claves principales y presentando, a la vez que transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

RP2: Interpretar la información y documentación escrita en lengua inglesa con un nivel de usuario básico que contengan estructuras y un léxico de uso común, tanto de carácter general como más específico, para realizar la actividad profesional.

CR2.1 La información escrita en un registro técnico, relativa a documentación referida a la actividad profesional se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

CR2.2 La documentación técnica escrita se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, adecuándola a los condicionantes que la pueden afectar (canal de la comunicación: fax, e-mail o carta, costumbres en el uso de la lengua, grafía deficiente, impresión de baja calidad, entre otros).

CR2.3 La información implícita en informes y/o documentos se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, para facilitar el análisis de la situación aplicando criterios de contextualización y coherencia relacionados con el sector.

CR2.4 Las interfaces de los soportes informáticos que se visualicen se interpretan en función de la actividad profesional para garantizar el registro y la transmisión de los datos.

CR2.5 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales que interactúan con otros interlocutores se interpretan practicando una escucha atenta para extraer las claves principales, presentando y transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

CR2.6 Los avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro situados en el área de trabajo vinculados a su actividad profesional se interpretan para garantizar la seguridad del trabajador como un acto de preservación de su integridad física.

CR2.7 Los textos escritos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas se revisan para su mejor interpretación, aplicando criterios de contextualización a su actividad.

CR2.8 El significado de términos desconocidos escritos, en caso de no poder deducirse del contexto o el apoyo visual, se traduce para asimilar la explicación del término utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

RP3: Transmitir oralmente, interactuando en lengua inglesa con un nivel de usuario básico con otros interlocutores para realizar las actividades profesionales sobre información relacionada con aspectos técnicos específicos de su competencia, identificando la aplicabilidad de los datos y garantizando servicio.

CR3.1 Los datos para el desarrollo de la actividad profesional se obtienen de las conversaciones y entrevistas mantenidas con otros interlocutores para facilitar su ejecución, a partir de la identificación y valoración de los mismos.

CR3.2 Los datos que se consideren necesarios para el desempeño de la actividad profesional a partir de comunicaciones se extraen utilizando recursos de apoyo a la traducción expresándolos en lengua estándar, con claridad, razonable fluidez y corrección, para la obtención del nivel de información previsto requiriendo, en su caso, las aclaraciones pertinentes para su completa comprensión, aplicando las normas de cortesía, protocolo asociadas al marco cultural u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 La información contextual y no oral que se produce en conversaciones en grupo, visitas, negociaciones, reuniones de trabajo se interpreta procediendo al contraste con el contexto, antecedentes o testimonios para fidelizar los datos a obtener, teniendo en cuenta el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR3.4 Las comunicaciones se realizan para conseguir un intercambio de información estandarizado referido a su actividad profesional, garantizando su fiabilidad a través de consultas a la normativa aplicable o a normas internas del propio trabajo o empresa.

CR3.5 Los elementos lingüísticos léxicos y funcionales en un intercambio oral de información se aplican, si procede, para facilitar la interpretación y comunicación, teniendo en cuenta las características del sector.

RP4: Expresar oralmente en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la información relacionada con aspectos técnicos de la actividad profesional, adaptándose al canal de comunicación, presencial o a distancia que garantice la transmisión de la misma.

CR4.1 Las consideraciones técnicas de operaciones emitidas de forma oral relativas al uso de productos o ejecución de trabajos se comunican para garantizar la ejecución de las actividades en cualquier contexto (presencial, radiofónico o virtual), considerando las características del medio.

CR4.2 La información expresada de forma oral se emite para facilitar la comunicación de actividades profesionales utilizando vocabulario y construcciones gramaticales que permitan hacerse entender en la transmisión de la misma.

CR4.3 La caracterización sobre los medios de producción presentadas por los interlocutores que interactúan en el desempeño de las actividades profesionales se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

RP5: Cumplimentar en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la documentación, textos rutinarios, sencillos y coherentes, redactando, si procede, teniendo en cuenta la terminología al uso, relativa a expresiones, estructura y formas de presentación para dar respuesta a la actividad profesional.

CR5.1 La documentación se redacta a partir de varias fuentes seleccionadas con coherencia discursiva a fin de conseguir un desempeño efectivo de la actividad profesional, en base al conocimiento de la terminología del sector y de la normativa aplicable en el desempeño de su competencia.

CR5.2 Las expresiones usuales requeridas en los diferentes tipos de documentación (escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, entre otros) se aplican en cualquier comunicación o documentación exigida, para diligenciar los escritos según costumbre y expresiones propias del sector.

CR5.3 Las consideraciones (características del producto, precio, condiciones de pago, transporte, entre otros) presentadas/recibidas, escritas/verbalizadas vinculadas a los interlocutores relacionados con la actividad profesional se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

Contexto profesional

Medios de producción

Herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

Productos y resultados

Interpretación del sentido general de la información oral, de la información y documentación, transmisión oral, expresión oral, cumplimentación de documentación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, respectivamente.

Información utilizada o generada

Información procedente de medios de comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados. Instrucciones de trabajo/advertencias/avisos/consejos/especificaciones técnicas. Necesidades/reclamaciones/incidencias/malentendidos. Normativa aplicable, recomendaciones internacionales y normas internas de trabajo. Informes, manuales, planos, cartas, faxes, revistas, libros, páginas de Internet, "software", foros, glosarios en línea, correos electrónicos. Interfaces de los soportes informáticos. Avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro. Escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, jerga y expresiones propias del sector.

MÓDULO FORMATIVO 1

INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Nivel:	2
Código:	MF0241_2
Asociado a la UC:	UC0241_2 - EJECUTAR LAS ACCIONES DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO
Duración (horas):	150
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención y/o asesoramiento al cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.

CE1.1 Describir conceptos de los canales de comunicación: "telefonía", "e-mail", "sms", "página Web", "networking", "e-commerce", "website", "chats", "e-CRM", "e-newsletters", "redes sociales", justificando su relevancia en el ámbito de las comunicaciones con clientes.

CE1.2 Definir técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor y usuario identificando las barreras en la comunicación ejemplificando situaciones según el canal de comunicación utilizado.

CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente, consumidor y usuario ejemplificando el proceso según la tipología de los clientes.

CE1.4 En un supuesto práctico de un departamento de atención al cliente de una empresa de servicios, partiendo de un listado de situaciones dadas, donde se exponen tipologías de clientes y roles:

- Identificar el tipo de demanda formulada por el cliente a partir de la situación dada.
- Identificar la tipología del cliente y aplicar el saludo protocolario que corresponda.
- Efectuar una escucha activa y aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales que faciliten la empatía.
- Identificar gestos posturas y/o movimientos corporales del cliente para reconocer los principales mensajes derivados de la comunicación no verbal.
- Proporcionar información con claridad y/o alternativas que puedan satisfacer al cliente.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

CE1.5 Diferenciar características de los diferentes modelos de documentación escrita derivada de las relaciones empresariales, ejemplificando sus diferencias más destacadas.

CE1.6 Elaborar escritos que observen el tratamiento adaptado a diferentes canales de comunicación, explicando las diferencias entre los diferentes estilos.

CE1.7 En un supuesto práctico de un departamento de atención al cliente, sobre una consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente que solicita información sobre un producto y/o servicio concreto:

- Responder utilizando el mismo canal de comunicación.
- Identificarse e identificar al destinatario manteniendo las debidas normas de cortesía y protocolo.

- Obtener la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM) o sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning) u otros.
- Adaptar su actitud a la situación de la que se parte.
- Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la misma, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM) o en los sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning)
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

C2: Aplicar procedimientos de fidelización de clientes y de servicios postventa de productos y/o servicios vendidos a través de los canales de comercialización según los criterios establecidos por la organización, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.

CE2.1 Explicar el significado del servicio posventa y de fidelización de clientes en los procesos comerciales, justificando su importancia como sistema de incentivo.

CE2.2 Enumerar sistemas de incentivos a aplicar a los clientes, consumidores y/o usuarios, juzgando su relevancia como premio a la lealtad.

CE2.3 Identificar posibles incidencias en un servicio postventa ejemplificando situaciones asociadas.

CE2.4 Describir técnicas de fidelización de clientes, consumidores y/o usuarios justificando los elementos racionales y/o emocionales que condicionan la conducta de los consumidores.

CE2.5 En un supuesto práctico de un servicio postventa en la comercialización de productos electrodomésticos, argumentado con un listado de clientes que han adquirido diferentes productos, donde se presta un servicio postventa:

- Obtener información del listado de clientes, tipología y producto/s adquiridos.
- Identificar el canal o canales de comunicación idóneos para cada cliente, en función de su tipología.
- Establecer contacto con el cliente aplicando técnicas de comunicación, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado.
- Aplicar técnicas de comunicación que refuercen su vinculación a la marca.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios.

CE2.6 En un supuesto práctico de fidelización de usuarios de una empresa de servicios, partiendo de un listado de clientes tipo que han disfrutado de los servicios adquiridos:

- Obtener información del listado de usuarios, tipología y servicio disfrutado.
- Identificar el canal de compra y justificar la elección de este canal para contactar con el usuario.
- Establecer contacto aplicando técnicas apropiadas que faciliten la empatía y la comunicación.
- Ofertar programas de fidelización.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal y defensa de los consumidores y usuarios.

C3: Aplicar técnicas de tramitación de la información en el servicio de atención al cliente, consumidor y usuario a través de los canales de comunicación, de forma manual y/o manejando a nivel usuario aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes.

CE3.1 Explicar técnicas de organización y archivo de información, justificando su utilidad para garantizar una óptima gestión en el servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

CE3.2 Explicar el procedimiento de búsqueda masiva de información en archivos y soportes informáticos, justificando su utilidad para una gestión eficiente de la información.

CE3.3 Describir las características de dispositivos y medios de copias de seguridad tales como: "unidades de memoria externas", "unidades de memoria internas", "ubicaciones de red", "servidores", "aplicaciones específicas", "servicios en la nube", justificando su utilización y los procedimientos de registro y copias de seguridad.

CE3.4 Describir los principios de la normativa de protección de datos de carácter personal en la recogida y registro de información en el servicio de atención al cliente, justificando su utilidad.

CE3.5 En un supuesto práctico de organización de información en modo manual, con un listado de clientes con datos como: nombre, apellidos, dirección, localidad, fecha de nacimiento, producto adquirido, precio del producto:

- Obtener información derivada del listado dado.
- Realizar una clasificación alfabética de los datos de los clientes.
- Realizar una clasificación por fechas en orden ascendente.
- Realizar una clasificación descendiente por precio de producto adquirido.
- Realizar una clasificación geográfica.
- Realizar una clasificación por agrupación de productos homogéneos.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

CE3.6 En un supuesto práctico de registro y actualización de bases de datos, partiendo de un listado de clientes con datos como: nombre, apellidos, dirección, localidad, fecha de nacimiento, producto adquirido, precio del producto:

- Obtener información derivada del listado de clientes.
- Abrir la base de datos.
- Introducir en la base de datos la información del listado de clientes.
- Comprobar la concordancia de datos antes de la grabación.
- Realizar una copia de seguridad de la base de datos.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

C4: Aplicar procedimientos para la obtención de información en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una organización.

CE4.1 Describir métodos y elementos usados para evaluar la calidad del servicio prestado por una organización, explicando las particularidades que les identifican.

CE4.2 Describir características de herramientas para la recopilación de la información del cliente como: "encuestas", "formularios", justificando su utilización en el proceso de obtención de la información.

CE4.3 Diferenciar contenido en la documentación susceptible de ser formulado por los clientes, consumidores y usuarios tales como: "consulta", "peticiones", "incidencias" y "reclamaciones", ejemplificando situaciones que evidencien sus características.

CE4.4 Describir los métodos utilizados para evaluar la calidad del servicio prestado, justificando su utilidad.

CE4.5 En un supuesto práctico de obtención de información para la evaluación del servicio prestado de una empresa de servicios, argumentado por unos cuestionarios completados con la opinión de los usuarios:

- Recopilar la información de los cuestionarios facilitados.
- Registrar la información en las aplicaciones de gestión de clientes.
- Contrastar la información recopilada con la existente en los archivos de la empresa.

- Analizar la información generada y elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara, conclusiones sobre el grado de satisfacción del servicio prestado y propuestas de mejora utilizando las aplicaciones informáticas de gestión disponibles.
- Informar al superior jerárquico de las incidencias derivadas del proceso.
- Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4 y CE1.7; C2 respecto a CE2.5 y CE2.6; C3 respecto a CE3.5 y CE3.6; C4 respecto a CE4.5.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos, así como a situaciones o contextos nuevos.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Habituar al ritmo de trabajo de la organización.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Demostrar cierta autonomía en la resolución de pequeñas contingencias relacionadas con su actividad.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Contenidos

1 Atención al cliente, consumidor y usuario en la organización empresarial

Estructura y organización del departamento comercial y de atención al cliente: dependencia funcional. Los canales y elementos de comunicación de las empresas: presencial, no presencial. Principios básicos en las comunicaciones online/offline: barreras y dificultades. Técnicas de comunicación, negociación y resolución de conflictos a través de diferentes canales. Técnicas de comunicación: habilidades sociales, empatía, asertividad, persuasión, lenguaje positivo, escucha activa, escucha efectiva, feedback, inteligencia emocional. La comunicación no verbal. La comunicación telefónica: técnicas en la atención telefónica, expresión verbal, la sonrisa telefónica. La comunicación a través de internet: navegadores, correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea u otros. La comunicación escrita: normas. El cliente: tipología y características. Fases en el proceso de atención al cliente y conceptos básicos: expectativas, necesidades, satisfacción. Normas de cortesía en el trato con el cliente, los tratos protocolarios. Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.

2 Seguimiento postventa como elemento de fidelización

El servicio postventa: concepto y características. La fidelización de clientes: concepto y objetivos. La fidelización de clientes B2C. Proceso de fidelización: captar, convencer y conservar. Estrategias de fidelización: incentivos y motivaciones. Elementos en la fidelización: el sentimiento de pertenencia y el prestigio de la marca. Normas para la gestión con clientes.

3 Gestión, obtención y tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente

Naturaleza de la información en el servicio de atención al cliente. Procedimientos de obtención y recogida de información en función de los canales de comunicación. El archivo: finalidad, tipos de archivos. Técnicas de clasificación y archivo: alfabética, numérica, geográfica, ascendente, descendente, por productos y/o servicios, fechas u otras clasificaciones en función de la tipología de la información. Documentación derivada de la atención al cliente. Confección y presentación de informes: registro de la información. Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

4 Las bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente, consumidor y usuario

Aplicaciones de gestión de relación con el cliente (CRM). Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales - ERP (Enterprise Resource Planning). La base de datos: estructura y funciones. Tipos de bases de datos: bases de datos documentales. Utilización de bases de datos y aplicaciones de gestión de relación con clientes: grabación de información, consulta, modificación y borrado de archivos y registros, impresión, búsqueda y recuperación de archivos y registros. Dispositivos y sistemas de protección de la información: copia de seguridad.

5 Calidad en la prestación de servicios de atención al cliente

El proceso de detección de la calidad en el servicio: recopilación y registro de la información. Documentos de recopilación de la información. La importancia del cliente como centro de decisión. Elementos y métodos de control de la calidad. Métodos de evaluación de la calidad y la satisfacción del cliente. Mejora continua: medidas correctoras. Consultas, peticiones, incidencias y reclamaciones.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la ejecución de las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 2

Gestión de quejas y reclamaciones en la atención a la clientela

Nivel:	3
Código:	MF0245_3
Asociado a la UC:	UC0245_3 - Gestionar quejas y reclamaciones en la atención a la clientela
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar consultas, quejas o reclamaciones en materia de consumo, consultando fuentes de información fiables, identificando el procedimiento a seguir, determinando las vías de actuación según la naturaleza de la queja o reclamación.

CE1.1 Enumerar técnicas de comunicación: presencial, telefónica o telemática, entre otras, elaborando protocolos de atención a la clientela.

CE1.2 Identificar técnicas de cortesía en la atención a la clientela, implementando habilidades de asertividad, escucha activa y empatía.

CE1.3 Listar funciones del departamento de atención a la clientela, detallando las actuaciones que se pueden desarrollar en empresas, organismos oficiales y comercio online.

CE1.4 Confeccionar un escrito de respuesta, utilizando medios electrónicos, burofax, correo administrativo, email, indicando los plazos establecidos para la presentación de su reclamación, queja o consulta, formato de elaboración y tiempos de respuesta.

CE1.5 En un supuesto práctico de simulación en la atención a la clientela de forma telefónica, por carta, chats, foros, redes sociales, entre otros, aplicando habilidades sociales:

- Indicar su nombre ante el consumidor, citando la empresa que representa, mostrando una actitud educada.

- Atender las explicaciones de la clientela, mostrando interés y escuchando de manera activa el relato de los hechos.

- Realizar la gestión con diligencia, analizando las explicaciones de la clientela.

CE1.6 En un supuesto práctico de simulación en la atención a la clientela de forma telefónica, por carta, chats, foros, redes sociales, entre otros, aplicando habilidades sociales:

- Resolver consultas, quejas o reclamaciones, manifestando interés por satisfacer y atender la demanda concreta.

- Analizar el comportamiento de la clientela, interpretando y exponiendo la petición de información del consumidor.

- Identificar la información que hay que suministrar, utilizando técnicas de comunicación asociadas a la situación y al interlocutor.

C2: Analizar consultas, quejas o reclamaciones, definiendo los mecanismos de reclamación, mediación o arbitraje, asesorando al consumidor sobre sus derechos, aportando soluciones a la clientela.

CE2.1 Planificar protocolos de actuación ante consultas complejas que no se resuelven con inmediatez, aplicando criterios de prudencia y coherencia, elaborando respuestas tipo.

CE2.2 Identificar fuentes fiables de consulta, relacionadas con quejas o reclamaciones en materia de consumo, identificando el cumplimiento de los procedimientos para su resolución.

CE2.3 Identificar los mecanismos de mediación, arbitraje o reclamación, indicando la documentación para su tramitación: facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos, conversaciones, correspondencia o emails mantenidos con la empresa, reclamaciones anteriores realizadas y respuestas obtenidas, entre otros, enumerando la gestión a realizar, explicando el fundamento de su consulta, queja o reclamación.

CE2.4 En un supuesto práctico en el que se requiere realizar notificaciones de soluciones a las consultas, quejas o reclamaciones, planteadas por consumidores o usuarios, empleando distintos canales:

- Simular una cita presencial de atención a la clientela, definiendo plazos de respuesta y vías de actuación.
- Elaborar escritos para enviar por correo postal, informado de la situación, plazos de respuesta y vías de actuación.
- Redactar correos electrónicos a la clientela, explicando vías de actuación y plazos de respuesta.

CE2.5 En un supuesto práctico en el que se requiere cumplimentar hojas de reclamación, planteando soluciones, aplicando habilidades sociales:

- Cumplimentar los datos de la clientela, relatando los hechos que solicita.
- Realizar varias exposiciones de la reclamación, planteando solución a las mismas.
- Exponer una reclamación de manera verbal o escrita, indicando de forma ordenada, clara y precisa el relato de los hechos, especificando los requerimientos de la clientela.

CE2.6 Identificar técnicas y procedimientos en la atención de consumidores ancianos o con discapacidad: visual, auditiva, intelectual, entre otras.

C3: Interpretar expedientes con información y documentación en distintos soportes, detectando la presencia de criterios de veracidad e imparcialidad, formalizando quejas o reclamaciones identificando los intereses de la clientela.

CE3.1 Identificar a los actores implicados en la recogida de información y toma de datos, organizando la documentación aportada, en los distintos soportes y formatos.

CE3.2 Enumerar indicios relacionados con las circunstancias y la información referida a la queja o reclamación, incluyendo a las personas implicadas, documentando las evidencias para la toma de decisiones.

CE3.3 Analizar información recabada por la clientela en los formatos, soportes y medios convencionales: conversaciones, registros, documentos, así como digitales: fotografías, conversaciones en redes sociales o webs, videos, archivos, entre otros, utilizando criterios de verificación, clasificación y envío, atendiendo al plan de actuación definido para la tramitación de la reclamación.

CE3.4 Aplicar el plan de actuación en materia de cláusulas abusivas, adecuando las acciones de conformidad con las partes, determinando las prioridades en función de la complejidad del problema.

CE3.5 Ejemplificar la tramitación de la queja o reclamación aportando un resumen, síntesis o clasificación, atendiendo a la veracidad de los hechos, analizando la información de que dispone, manteniendo la imparcialidad, respetando el procedimiento administrativo definido, utilizando medios convencionales o electrónicos.

CE3.6 Analizar la información y la documentación, atendiendo al cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), verificando la conformidad del proceso, revisando la ejecución de los pasos previos, el correcto cumplimiento de los requisitos para ser admitida a trámite, resolviendo el conflicto.

C4: Redactar un informe personalizado de una queja o reclamación para enviar a través de medios convencionales o electrónicos a los actores implicados en la gestión de un conflicto, garantizando los intereses de la clientela, para su resolución en el plazo convenido.

CE4.1 Analizar el seguimiento de un expediente de queja o reclamación tramitada ante el agente competente en materia de resolución, obteniendo información de la fase en la que se encuentra, identificando medidas que se podrían adoptar en materia de: evolución, retrasos, incidencias, problemas detectados en la gestión de la resolución, entre otros, preparando informes para trasladar al interesado, informando del estado en el que se encuentra el proceso y del grado de cumplimiento de los plazos pactados.

CE4.2 Ejemplificar la comunicación de la resolución del conflicto por instancias superiores, argumentando su contenido y clasificando la respuesta de la persona interesada, utilizando medios convencionales o electrónicos, cumpliendo con los plazos estipulados.

CE4.3 Estructurar el cierre del proceso de gestión de la queja o reclamación para informar al interesado de las actuaciones realizadas, incluyendo la notificación de la resolución obtenida (favorable o no), orientando al reclamante sobre sus opciones, garantizando la satisfacción del interesado con la gestión realizada.

CE4.4 Procesar respuestas obtenidas, utilizando técnicas de archivo, estadísticas y de tratamiento informático, entre otras, facilitando su análisis posterior antes de proceder al archivo de la resolución de la queja o reclamación.

CE4.5 En un supuesto práctico en el que se requiere la gestión de una queja o reclamación, gestionando la atención a la clientela, aplicando habilidades sociales:

- Identificar el estado en el que se encuentra la queja o reclamación, obteniendo información para trasladar a la clientela.
- Obtener información relacionada con el seguimiento de una queja o reclamación mediante la simulación de llamadas telefónicas, informando a la clientela del estado de su expediente.
- Explicar el cierre de una queja o reclamación, informando a las personas interesadas sobre las actuaciones llevadas a cabo y las resoluciones obtenidas.
- Utilizar técnicas de archivo, estadísticas y tratamiento informático, archivando expedientes.

C5: Elaborar un plan de seguimiento para evitar quejas o reclamaciones futuras, implementando actuaciones que aseguren un servicio de atención a la clientela.

CE5.1 Identificar la evolución de un proceso de reclamación, informando de gestiones a realizar, plazos y supervisión definidas para el desarrollo del expediente.

CE5.2 En un supuesto práctico de medición de la satisfacción de clientes, analizando los datos obtenidos:

- Elaborar encuestas, confeccionando formularios de calidad a través de medios convencionales, digitales y soportes interactivos, enumerando las preguntas a realizar.
- Confeccionar planes de actuación para evitar quejas o reclamaciones futuras de la clientela, verificando que las acciones pueden ser cumplidas en tiempo y forma.

CE5.3 Enumerar gestiones a realizar en cuanto a clasificación de expedientes, especificando procesos y desarrollo, dependiendo de la complejidad de estos.

CE5.4 Elaborar un listado de herramientas de detección de satisfacción de la clientela, identificando los distintos canales de consulta e información.

CE5.5 Enumerar los canales y programas de fidelización, técnicas y atenciones comerciales, agrupando los que generan satisfacción en la clientela.

CE5.6 En un supuesto práctico en el que se requiere realizar actuaciones relacionadas con el control y auditorías, analizando el servicio de atención a la clientela:

- Listar actuaciones de control y auditoría a realizar del personal implicado en el proceso, utilizando medios telemáticos, grabaciones, auditorías.
- Elaborar planes de actuación de diferentes reclamaciones, asegurando el cumplimiento de los procesos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.5 y CE1.6; C2 respecto a CE2.4 y CE2.5; C4 en relación a CE4.5; C5 respecto a CE5.2 y CE5.6.

Otras Capacidades:

Demostrar resistencia al estrés, estabilidad de ánimo y control de impulsos.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

Aplicar de forma efectiva el principio de igualdad de trato y no discriminación en las condiciones de trabajo entre mujeres y hombres.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Protección del consumidor y usuario

De la sociedad de consumo a la sociedad de la información. Ciudadanía y rol de la clientela. Derechos del consumidor: Derechos de 1ª y 2ª generación. Los derechos de 3ª generación: de la solidaridad Inter organizativa. Nuevos derechos y responsabilidades de los consumidores y usuarios. La defensa del consumidor: Normativa sobre defensa de consumidores y usuarios. Leyes Autonómicas de protección al consumidor. Origen, contenido y alcance. Medios de ejecución de la ley. Desde Tratado de Roma a la Constitución Europea: la evolución comunitaria de defensa del consumidor y usuario.

2 Instituciones y organismos de protección al consumidor

Entes públicos de protección al consumidor: Tipología de entes públicos y su organigrama funcional: Administración central. Autonómica. Provincial. Local. El defensor del pueblo. El tribunal de defensa de la competencia. Comisión Nacional de Energía Comisión del Mercado de Telecomunicaciones. Competencias generales de cada organismo y específicas del personal. Los entes privados de protección al consumidor. Tipología de entes privados y su organigrama funcional: Asociaciones de consumidores. Asociaciones sectoriales. Cooperativas de consumo.

3 Departamentos de atención al consumidor en las empresas

Dependencia funcional en la empresa: Organigramas. Interrelaciones. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención a la clientela: Naturaleza. Efectos. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al consumidor: Relaciones públicas. Establecimiento de canales de comunicación con la clientela.

4 Reclamaciones y denuncias en materia de consumo

Normativa reguladora en caso de reclamación o denuncia. Procedimiento de recogida de las reclamaciones o denuncias. Elementos formales que contextualizan la reclamación. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Configuración documental de la reclamación. Tramitación y gestión: Proceso de tramitación de una reclamación: Plazos de presentación.

Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes. La actuación administrativa y los actos administrativos: Concepto y elementos. Clases. Eficacia de los actos. El silencio administrativo.

5 Mediación y arbitraje

Características. Situaciones en las que se puede originar una mediación/arbitraje de consumo. La mediación: Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación. Requisitos exigibles. Aspectos formales. Procedimientos seguidos. El arbitraje de consumo: Normativa aplicable a las situaciones de arbitraje en consumo. Juntas arbitrales. Organigrama funcional. Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje. Procedimientos aplicables.

6 Comunicación y negociación de quejas y reclamaciones

Procesos de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones Tipos de procesos de comunicación: Interpersonal. Telefónica. Escrita. Técnicas: La escucha activa y empática. Asertividad. Tratamiento a la clientela, consumidor y usuario ante las quejas y reclamaciones. Habilidades personales y sociales. Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor). Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones. Caracterización de los distintos tipos de clientela. Planes de negociaciones: Preparación. Desarrollo.

7 Actuaciones de control y calidad de servicio

Situaciones en las que se requieren actuaciones de control. Tratamiento de anomalías: Forma. Plazos. Incidencias y anomalías. Técnicas utilizadas para la identificación de necesidades de control. Clasificación de expedientes. Gestión de alertas. Auditorias técnicas. Procedimientos de control del servicio: Parámetros de control. Técnicas de control. Concepto de calidad. Sellos de calidad. Sistemas de gestión de calidad. Mejora continua. Evaluación y control del servicio: Herramientas utilizadas. Formularios de calidad a través de medios convencionales, digitales, soportes interactivos y dispositivos adaptados a la diversidad existente. Programas de medición de lealtad de la clientela Net Promoter Score (NPS), programas de medición de la satisfacción Customer Satisfaction Score (CSAT), programas para valorar el esfuerzo de la clientela Customer Effort Score, (CES). Medidas correctoras. Calidad Postventa. Difusión y Branding. Herramientas para mejorar la experiencia de usuario User Experience (UX): servicios postventa, puntos de información y gestión de incidencias. Programas de fidelización de la clientela.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal, igualdad de género y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la gestión de quejas y reclamaciones en la atención a la clientela que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
- 2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 3

GESTIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Nivel:	3
Código:	MF0246_3
Asociado a la UC:	UC0246_3 - GESTIONAR INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Elaborar informes relacionados con el consumo de bienes y servicios, clasificando la información, utilizando aplicaciones para el tratamiento de la información.

CE1.1 Obtener información de fuentes oficiales en materia de consumo existentes con independencia del ámbito territorial, utilizando fuentes documentales públicas y privadas y motores de búsqueda online.

CE1.2 Reconocer canales y medios oficiales de información y divulgación, la normativa en materia de consumo y derechos del consumidor, mecanismos judiciales y extrajudiciales en la resolución de conflictos, entre otros.

CE1.3 Describir parámetros que definen la fiabilidad de una información, su tratamiento estadístico y su utilidad para la toma de decisiones.

CE1.4 En un supuesto práctico de demanda de información, analizando los costes, facilitando información del sector, la competencia o de un entorno de interés:

- Definir el objetivo de la demanda de información, comprobando que las técnicas de recogida son fiables y están actualizadas.
- Identificar las fuentes de información oficial y sectorial, utilizando la web y/o motores de búsqueda en la web,
- Consultar catálogos de bibliotecas y hemerotecas, utilizando la web y los motores de búsqueda.
- Clasificar la información obtenida en categorías, utilizando tesauros, palabras clave, temas que faciliten el análisis e interpretación.
- Calcular la relación coste/rendimiento de las fuentes de información utilizadas, valorando el precio, forma de acceso y soporte.

CE1.5 En un supuesto práctico de reclamación de la clientela abordando situaciones de alerta con posibles consecuencias legales, económicas y reputacionales de la empresa:

- Definir el objetivo de la demanda o necesidad de información, identificando las fuentes de información oficial y sectorial utilizando la web y los motores de búsqueda.
- Consultar normativa, catálogos de bibliotecas, hemerotecas, entre otros, identificando situaciones análogas producidas en el pasado, en el mismo u otros sectores, haciendo análisis comparativo entre decisiones tomadas y resultados obtenidos.

C2: Analizar información y documentación relacionada con consumo y derechos del consumidor de bienes y servicios, utilizando aplicaciones informáticas.

CE2.1 Catalogar documentación en materia de consumo, utilizando criterios de clasificación, indexación y etiquetado analógico y digital.

CE2.2 En un supuesto práctico de acceso a información física y digital en materia de consumo en el que se requiere consultar datos procedentes de la actividad comercial, analizando el comportamiento del consumidor:

- Interpretar terminología en materia de consumo, definiendo las partes en cada proceso.
- Archivar información personal de los consumidores, respetando la normativa sobre protección de datos.
- Identificar los riesgos de un archivado erróneo y las consecuencias organizativas y legales, buscando soluciones para resarcir el fallo.

CE2.3 En un supuesto práctico en el que se plantea una reclamación en materia de consumo de un sector, producto o servicio de gran consumo, planteando alternativas de resolución:

- Diferenciar entre queja y reclamación y sus consecuencias legales, comparando la naturaleza de cada una de ellas.
- Identificar aspectos de la reclamación y los derechos del consumidor y de la empresa, determinando las obligaciones de las partes.
- Explicar el objeto y demandas de la reclamación, valorando el impacto que tiene para el consumidor y para la empresa.
- Proponer actuaciones frente a la reclamación, analizando su repercusión para la empresa.

CE2.4 Interpretar indicadores clave de desempeño Key Performance Indicator (KPI) resultantes del análisis procedente de las consultas, quejas y reclamaciones que realiza el consumidor, comparando sus resultados, mejorando el servicio a prestar.

CE2.5 Analizar normativa aplicable en materia de consumo y protección de datos, actualizando y borrando información personal de las bases de datos y plataformas de gestión de información del consumidor.

CE2.6 Identificar técnicas y procedimientos en la atención de consumidores ancianos o con discapacidad: visual, auditiva, intelectual, entre otras.

C3: Aplicar procedimientos y métodos de organización, en el tratamiento y difusión de la información de consumo, utilizando medios electrónicos.

CE3.1 Diferenciar sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo, identificando las fuentes de información más utilizadas.

CE3.2 Elaborar documentos informativos para consumidores, aportando datos, informando sobre derechos y situaciones de vulnerabilidad.

CE3.3 En un supuesto práctico, en el que se precisa difusión de información en materia de consumo a un colectivo de consumidores, determinando su alcance:

- Identificar el canal o canales para llegar al público objetivo, comparando los costes.
- Elaborar un boletín informativo electrónico o lista de correo, proponiendo vías de difusión en función del colectivo diana, utilizando aplicaciones informáticas.
- Elaborar contenidos audiovisuales y digitales de información, infografías, píldoras formativas, presentaciones, entre otros.

CE3.4 Aplicar técnicas de planificación de procedimientos de elaboración de contenidos audiovisuales informativos sobre los derechos de los consumidores, utilizando herramientas informáticas.

C4: Analizar estándares de seguridad informática y la normativa de protección de datos personales, determinando su aplicación a los sistemas de información en materia de consumo.

CE4.1 Implementar procedimientos de copia de seguridad de sistemas de información, describiendo las ubicaciones y la frecuencia de almacenamiento.

CE4.2 Categorizar las aplicaciones de control de acceso a los sistemas de información, diferenciando entre almacenamientos físicos y virtuales.

CE4.3 Reconocer la normativa de protección de datos personales, identificando los derechos de los usuarios del sistema de información y las medidas para su tratamiento.

CE4.4 Analizar el contenido de las directivas de ciberseguridad, incidiendo en los sistemas de acceso a los sistemas de información.

CE4.5 Determinar los riesgos relacionados con la ciberseguridad, analizando los elementos, factores y circunstancias que generan la probabilidad de acceso no permitido a datos confidenciales.

C5: Relacionar la usabilidad de un sistema de información en materia de consumo con su actualización, identificando los nuevos sistemas y su compatibilidad.

CE5.1 Identificar las pautas de actualización de los sistemas de información en materia de consumo, analizando las aplicaciones de gestión más comunes del mercado.

CE5.2 Analizar las ventajas e inconvenientes de sustituir los sistemas de información en materia de consumo, justificando la estructura de costes.

CE5.3 Contrastar que la información en materia de consumo en un sistema está actualizada, utilizando procedimientos de filtrado de contenidos obsoletos.

CE5.4 Operar con bases de datos, creando alertas sobre cambios en la normativa de consumo, analizando las modificaciones.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4 y CE1.5; C2 respecto a CE 22 y CE2.3; C3 en relación al CE3.3.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización, a sus cambios estructurales y tecnológicos, así como a situaciones o contextos nuevos.

Promover la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, evitando discriminaciones, directas o indirectas, por razón de sexo.

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, sencilla y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.

Favorecer la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en el desempeño competencial.

Contenidos

1 Técnicas de búsqueda de información en materia de consumo

Diferenciación medios, canales y tipos de fuentes de información. Fuentes de información en materia de consumo a nivel europeo y nacional. Aplicación procedimientos de obtención de información. Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información de consumo. Calidad y fiabilidad de la información. Aplicación de motores y técnicas de búsqueda online de la información en materia de consumo.

2 Técnicas de catalogación y archivo

Lenguajes documentales, tesauros y palabras claves en consumo. Instrumentos de catalogación, indización y clasificación. Elaboración bibliografía, fichas de contenido y bancos o bases de datos de documentos en consumo. Aplicación de técnicas de catalogación y archivo, convencional e informática, de la documentación e información generada.

3 Elaboración de boletines y documentación de síntesis de información en consumo

Finalidad, estructura y presentación de la documentación. Estructura de las fichas de contenido. Fases del proceso documental. Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita. Aplicación técnica de tratamiento y presentación de documentos. Elaboración de boletines electrónicos.

4 Organización de centros documentales

Funciones y servicios de los centros documentales. Descripción de fondos documentales. Aspectos técnicos y administrativos. Aplicación de técnicas de atención a la clientela. Integración de servicios informáticos. Archivística, funciones y objetivos. Aspectos legales de la archivística.

5 Tecnologías aplicadas al tratamiento y organización de la información en consumo

La informática aplicada a los centros documentales, bancos y bases de datos. Métodos de acceso a la información por el usuario a través de las bases de datos. Computación en la nube. Utilización de gestión integral de relaciones con la clientela. Customer Relationship Management (CRM). Aplicaciones informáticas de tratamiento de la información. Aplicaciones informáticas para la organización de información. Estándares de seguridad informática. Ciberseguridad. Normativa de protección de datos personales.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal, igualdad de género y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la gestión de información y documentación en materia de consumo, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 4

COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9998_2
Asociado a la UC:	UC9998_2 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.

CE1.1 Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.

CE1.2 Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal - identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.

CE1.3 Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho.

CE1.4 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:

- Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.
- Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
- Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.
- Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.

C2: Aplicar técnicas de interpretación con un nivel de usuario básico en documentos escritos en lengua inglesa, con distintos tipos de informaciones y formato, garantizando la comprensión de textos cortos y simples, que traten de asuntos cotidianos o de su área de interés o especialización.

CE2.1 Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad

profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.

CE2.2 Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.

CE2.3 Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.

CE2.4 Identificar, entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas Web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.

CE2.5 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.
- Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada.
- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.
- Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.
- Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.
- Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.
- Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.

CE2.6 Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.

CE2.7 Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.

CE2.8 Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

C3: Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, demostrando claridad y detalle, en situaciones tipo no complejas del ámbito social y profesional, adecuando el discurso a la situación comunicativa.

CE3.1 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.

CE3.2 En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa, clara.
- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.
- Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.
- Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

CE3.3 Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.

CE3.4 Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones.

CE3.5 Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.

C4: Mantener conversaciones comprensibles, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, comprendiendo y proporcionando explicaciones en situaciones habituales tipo, rutinarias del ámbito profesional.

CE4.1 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía en el registro lingüístico.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Expresarse con corrección, de manera comprensible, empleando las expresiones léxicas específicas adecuadas a la actividad profesional.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE4.2 Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

CE4.3 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.
- Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.
- Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.

C5: Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos profesionales sencillos y habituales en las actividades laborales, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de manera precisa y en todo tipo de soporte, utilizando el lenguaje técnico apropiado, y aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE5.1 Utilizar con corrección los elementos gramaticales, los signos de puntuación y la ortografía de las palabras de uso general y de las especialidades de su actividad profesional, así como un repertorio de estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles, no generando en ningún caso malentendidos y generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

CE5.2 Incorporar a la producción del texto escrito los conocimientos socioculturales y sociolingüísticos adquiridos relativos a relaciones interpersonales y convenciones sociales, seleccionando y aportando información, ajustando la expresión al destinatario, al propósito comunicativo, al tema tratado y al soporte textual con cortesía.

CE5.3 En un supuesto práctico de gestión de reclamaciones, incidencias o malentendidos:

- Identificar los documentos para la formalización de la gestión deseada.
- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje adecuado a la actividad profesional.
- Redactar un conjunto de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Complimentar el documento específico detallando los datos requeridos con precisión.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara y sencilla los errores cometidos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4; C2 respecto a CE2.5; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.1 y CE4.3; C5 respecto a CE5.3.

Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo.

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos orales: expresión e interacción. Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión al mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicos generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes. Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción). Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

2 Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos orales: expresión e interacción. Estrategias de producción. Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal. Ejecución: expresar el mensaje con claridad y

coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales. Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente -gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal- y cualidades prosódicas convencionales. Aspectos socioculturales y sociolingüísticos. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (producción).

3 Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos escritos: expresión e interacción. Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente. Aspectos socioculturales y sociolingüísticos. Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción). Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

4 Producción del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos escritos: expresión e interacción. Estrategias de producción. Planificación: movilizar las competencias generales y comunicativas con el fin de realizar eficazmente la actividad profesional, localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos. Ejecución: expresar el mensaje con claridad ajustándose a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, ajustarse a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico. Aspectos socioculturales y sociolingüísticos. Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales. Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.