

## CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Control y formación en consumo

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM313_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 109/2008

### Competencia general

Gestionar y realizar actuaciones de control y vigilancia de mercado en el ámbito del consumo y acciones de información y/o formación dirigidas a consumidores, empresas u otras organizaciones, de acuerdo con la normativa vigente, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

### Unidades de competencia

**UC0998\_3:** Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa.

**UC0246\_3:** Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.

**UC0999\_3:** Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo.

### Entorno Profesional

#### Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad profesional, por cuenta ajena y propia, en el área de vigilancia, control e inspección de mercado a bienes y servicios de consumo generalizado y uso común, desempeñando funciones de control interno o externo que garanticen el cumplimiento de los derechos del consumidor o realizando acciones de información y/o formación, en materia de consumo, a colectivos de consumidores, empresas y organizaciones.

#### Sectores Productivos

En todos los sectores, privados y públicos, y en concreto en el sector servicios en actividades de servicios a empresas, dentro del departamento de calidad y/o atención al consumidor. En empresas de formación, centros escolares privados, asociaciones y cooperativas de consumidores así como en actividades de difusión al consumidor en medios de comunicación. En el sector público en la administración local, autonómica y/u organismos de protección al consumidor así como en centros escolares públicos.

#### Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

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

- Asesor de empresas u organizaciones en materia de medidas de control de mercado y protección a los consumidores
- Técnico en consumo
- Agente de la inspección de consumo

- Monitor de consumo
- Gestor de formación en consumo

### **Formación Asociada** ( 540 horas )

#### **Módulos Formativos**

**MF0998\_3:** Actuaciones de control en consumo ( 180 horas )

**MF0246\_3:** Organización de un sistema de información de consumo. ( 180 horas )

**MF0999\_3:** Asesoramiento y formación en materia de consumo ( 180 horas )

## UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa.

Nivel: 3  
Código: UC0998\_3  
Estado: BOE

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Definir actuaciones de control para la consecución de objetivos prefijados en el ámbito del consumo en la empresa u organización.

**CR1.1** Los objetivos de cada actuación de control se determinan y definen de acuerdo a la normativa, la campaña y/o la estrategia o política de la empresa u organización.

**CR1.2** La normativa aplicable al producto o servicio y/o la actividad que se va a controlar, vigilar o analizar se identifica y, si existen resultados de experiencias/acciones de control anteriores en el sector específico, empresa u organización, se recaban y se concretan los aspectos que se deben observar durante la actuación de control.

**CR1.3** Los sistemas de autorregulación, códigos de conducta o prácticas correctas en relación a los consumidores y reconocidas en el ámbito europeo o internacional se analizan en relación a las prácticas del sector/empresa u organización y su política, dado un sector, producto, servicio o actividad, para garantizar la confianza de los consumidores y reforzar la responsabilidad social corporativa de la empresa/organización.

**CR1.4** La acción de control se prepara a partir de una nueva normativa, orden superior, política de la empresa o denuncia/reclamación de cliente/consumidor y de acuerdo a los objetivos establecidos: obtención de información; vigilancia; control interno / externo; comprobación de denuncias / reclamaciones entre otros y la finalidad de la misma.

**CR1.5** Las actuaciones propias durante la acción de control/vigilancia se organizan especificando al menos: el número de acciones o controles a realizar, establecimientos, personal, departamentos o empresas afectadas y calendario o cronograma de la acción de forma que se agilice y garantice el desarrollo de la acción de control/vigilancia.

**CR1.6** El documento de control para ejecutar la actuación se confecciona en forma de cuestionario, protocolo o guía de actuación especificando todos los aspectos que se deben observar y medios y material necesarios para la misma.

**RP2:** Verificar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable al sector/producto/servicio y los objetivos prefijados por la política empresarial en materia de consumo, siguiendo el protocolo o procedimiento establecido.

**CR2.1** Los datos y/o documentos necesarios para comprobar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable o los objetivos establecidos se recaban utilizando diferentes técnicas: entrevista, formulario y/o protocolo confeccionados previamente.

**CR2.2** Durante la actividad de control se adopta una actitud asertiva, firme y colaboradora para facilitar la actuación y comunicación entre/con las partes afectadas.

**CR2.3** El cumplimiento o incumplimiento de las exigencias legales u objetivos prefijados: procesos, documentación, instalaciones, personal, almacenaje, productos, servicios, entre otros,

se justifica observando las especificaciones del documento de control, protocolo o guía de actuación confeccionados previamente.

**CR2.4** El incumplimiento de la normativa o requerimientos para asegurar los objetivos prefijados, se comunica a los afectados en el plazo y forma establecida respetando la normativa y protocolos vigentes.

**CR2.5** Las medidas o alternativas que garanticen la protección de los derechos del consumidor o los objetivos prefijados por la empresa ante los incumplimientos observados se proponen a los responsables de implementarlas de acuerdo al procedimiento establecido.

**CR2.6** La información requerida por el inspector o auditor, en caso de control externo a la empresa por parte de la administración o auditorías procedentes de organismos de protección al consumidor, se acompaña y ofrece, asegurando el correcto desarrollo del procedimiento administrativo de la actuación de control o auditoría en consumo.

**RP3:** Presentar conclusiones y/o propuestas en forma de informe, acta o documento de la actuación de control respetando el procedimiento y normativa vigente.

**CR3.1** El informe de la acción realizada o acta de inspección se expresa de forma clara, concisa y minuciosa incluyéndose los datos de los afectados y/o comparecientes, el lugar, fecha y hora de la acción así como todos los hechos y datos concretos evitando suposiciones e interpretaciones temporales y respetando la normativa vigente.

**CR3.2** La estructuración de los datos sobre la actuación de control se realiza de forma ordenada y homogénea que facilite la consulta de información concreta en todo momento.

**CR3.3** Las posibles infracciones, irregularidades, incumplimientos o deficiencias detectadas se determinan adjuntando las pruebas y documentación necesaria anexa a ellas.

**CR3.4** El informe y la documentación relativa a la actuación, se transmite a los responsables en el plazo y forma establecido de acuerdo a la normativa y protocolo vigente.

**RP4:** Aplicar el procedimiento reglamentario establecido en las actuaciones oficiales de inspección y/o control de mercado de la administración local y autonómica en el ámbito del consumo de productos/servicios de gran consumo o uso generalizado.

**CR4.1** El agente de la actuación inspectora se presenta a las partes afectadas en la acción de control de mercado, identificándose y exponiendo con claridad el motivo del control y el procedimiento previsto.

**CR4.2** El procedimiento reglamentario establecido previamente en forma de protocolo se ejecuta observando todos los aspectos señalados en el mismo y de acuerdo al calendario e instrucciones recibidas.

**CR4.3** El incumplimiento de alguno de los aspectos objeto de la actuación se comunica en el plazo y forma establecidos a los afectados tomando las medidas que sean necesarias de acuerdo al alcance del incumplimiento y respetando la normativa vigente.

**CR4.4** El procedimiento de toma de muestras, en caso de ser necesario, se realiza de acuerdo a lo establecido reglamentariamente siendo la muestra del producto objeto de control representativa, suficiente y las tres unidades elegidas, muestras reglamentarias, lo más homogéneas posible a la naturaleza del producto y al objeto de la actuación.

**CR4.5** El transporte de la muestra al lugar de análisis o al laboratorio de la inspección, se realiza de forma adecuada y garantizando su entrega en las condiciones de recogida respetando el procedimiento y protocolo vigente.

**CR4.6** La identidad de las muestras con su contenido original se garantiza durante el tiempo de conservación de las mismas, asegurando las operaciones de precintado, lacrado y etiquetado en cada ejemplar de la muestra y estampado de las firmas de las partes intervinientes.

**CR4.7** El acta de la actuación se levanta de acuerdo al tipo de actuación realizada: vigilancia, investigación, toma de muestras, citación, inmovilización de la mercancía, separación, marca y precinto para que sea imposible su manipulación, recogida de muestras, comprobación de reclamaciones, y adjuntando la documentación necesaria.

**CR4.8** El acta se entrega a las partes para que puedan ser reformuladas las observaciones o alegaciones que se consideren necesarias y se informa a los afectados de los pasos a seguir tras la actuación inspectora.

**CR4.9** El acta se distribuye entre los superiores jerárquicos y responsables de la empresa afectada por la inspección, siguiendo de oficio el procedimiento que requiera la actuación.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas informáticos (entornos de usuario): procesadores de texto, bases de datos, hojas de cálculo, presentaciones. Aplicaciones de gestión documental. Navegadores de Internet. Aplicaciones de correo electrónico. Útiles para toma de muestras. Elementos de acondicionamiento para el transporte de muestras.

### Productos y resultados

Actas de inspección. Campañas de control de mercado. Informes de actuaciones de inspección. Protocolo o guía de actuación de control interno o externo a la empresa en materia de consumo. Informe de actuaciones/visitas de control en materia de consumo a empresas, industrias o establecimientos. Toma de muestras en materia de control de consumo. Propuesta de ajustes y mejoras en la empresa/organización en cuanto al grado de cumplimiento de la normativa vigente en materia de consumo y confianza del consumidor.

### Información utilizada o generada

Normativa en materia de consumo. Autorizaciones, licencias y registros de actividades. Reglamentos y normas técnicas aplicables a los productos y servicios de uso común. Información técnica y de uso o consumo del producto o servicio que se comercializa y el sector empresarial. Sistemas voluntarios de autorregulación de empresas o códigos éticos de comportamiento en materia de consumo. Planes de mejora de la calidad del servicio de atención al cliente en la empresa. Información/documentación en materia de consumo procedente de diferentes fuentes: Revistas especializadas, Boletines Oficiales, Medios de Comunicación, Información de organismos oficiales (Cámaras de Comercio, Asociaciones de consumidores, entre otras). Bases de datos relativas a consumo. Estructura organizativo/funcional de la empresa/organización. Órdenes de servicio, protocolos, denuncias, reclamaciones.

## UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.

Nivel: 3  
Código: UC0246\_3  
Estado: BOE

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Obtener la información / documentación que afecta al cliente/consumidor / usuario, asegurando su fiabilidad y de acuerdo con el presupuesto establecido

**CR1.1** Entre las principales fuentes de información y documentación se identifican las principales y más fiables (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, administración y asociaciones de consumidores, otros organismos públicos y privados, medios de comunicación en general, e Internet), y se accede a ellas respetando los procedimientos establecidos.

**CR1.2** La información/documentación necesaria se identifica correctamente de forma que se disponga de un archivo documental que trate ampliamente de los temas esenciales relacionados con el consumo y los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos.

**CR1.3** Las fuentes de información/documentación se seleccionan en función de la relación coste/rendimiento idóneo y ajustándose al presupuesto y posibilidades de acceso a las mismas de la empresa y/u organismo.

**CR1.4** De las posibles técnicas de recogida de información se aplican aquellas que aseguran la veracidad de los datos.

**CR1.5** La detección de las tendencias y posibles situaciones de alerta se realizan con rapidez comunicándose las mismas a los departamentos de empresa y/u organismos competentes.

**RP2:** Procesar la información procedente de fuentes internas y externas a la organización, aplicando los métodos de organización y tratamiento que se adapten a las necesidades del departamento con la finalidad de obtener datos para mejorar la calidad del servicio.

**CR2.1** Cada documento se cataloga basándose en los criterios establecidos por la organización aplicando las técnicas precisas para facilitar la localización del mismo.

**CR2.2** El documento se archiva aplicando técnicas manuales o informáticas en función de la utilización que se le va a dar, del destinatario y del tiempo que se va a conservar.

**CR2.3** El fichero de datos personales de los usuarios de los servicios de la organización se confecciona clasificándolos por el tipo de demanda y el sector concreto, respetando la legislación aplicable y asegurando un fácil acceso a la misma.

**CR2.4** La estadística con los datos disponibles se confecciona, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización.

**CR2.5** Las fuentes de información y las bases documentales propias se actualizan de forma periódica, identificando la información reciente en materia de consumo y complementando/modificando anteriores registros.

**CR2.6** Los programas informáticos adecuados en función del tipo de necesidad de tratamiento de la información requerido se utilizan eficientemente.

**RP3:** Atender en tiempo y forma las demandas internas y externas de información específica en materia de consumo.

**CR3.1** La información necesaria para la elaboración de los documentos informativos se obtiene, accediendo a fuentes internas y externas aplicando el procedimiento establecido y seleccionando aquella que sea más significativa de acuerdo con el objetivo.

**CR3.2** La información que contienen los documentos elaborados se estructura de manera ordenada y homogénea y se redacta de forma clara y concisa, especificando fuente y fecha.

**CR3.3** En los períodos establecidos, y de acuerdo con sistemas definidos, se elabora el boletín (de prensa, corporativo y otros) analizando la información de interés y seleccionando aquella que debe de contextualizar el documento.

**CR3.4** El objetivo de la demanda de información (soporte y profundidad) se identifica claramente para organizar el proceso, método y forma de transmitirla más adecuados según criterios previamente establecidos.

**CR3.5** El documento informativo se suministra al departamento de empresa /organismo / persona solicitante por el canal más económico, rápido y eficaz, en función de los procedimientos establecidos.

**RP4:** Aplicar procedimientos para mantener la información con la integridad, disponibilidad y seguridad requeridas.

**CR4.1** Las copias de seguridad tanto de los paquetes como de los archivos de trabajo se realizan periódicamente para asegurar la conservación de los ficheros almacenados.

**CR4.2** Para facilitar el acceso a la información almacenada se utiliza un procedimiento que permita asegurar su integridad y su obtención de la manera más rápida y eficaz posible.

**RP5:** Asegurar el óptimo funcionamiento del Sistema de Información establecido para su eficaz utilización por el equipo de trabajo.

**CR5.1** De los procedimientos y métodos de organización de la información se comprueba que se adaptan a la incorporación de nuevas tecnologías y necesidades de la empresa /organismo.

**CR5.2** Los nuevos sistemas de organización y tratamiento de la información, susceptibles de aplicación para el desarrollo de la actividad se identifican valorando ventajas adicionales al sistema establecido e inconvenientes, proponiendo en su caso la incorporación de los mismos.

**CR5.3** Las nuevas fuentes de información y documentación se identifican con el objeto de ampliar y actualizar el archivo documental de consumo

**CR5.4** La actualización de la normativa en materia de consumo se verifica, comprobando los registros efectuados.

**CR5.5** Sobre la información solicitada se controla que se transmite en tiempo y forma.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con clientes. Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

## Productos y resultados

Bases de datos y documentación en materia de consumo. Boletines informativos de consumo.

## Información utilizada o generada

Publicaciones, bases de datos, 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. Legislación. Estudios sobre consumo. Estudios y publicaciones sectoriales. Estudios y publicaciones sobre productos/servicios.



## UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo.

Nivel: 3  
Código: UC0999\_3  
Estado: BOE

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

**RP1:** Determinar las necesidades de los consumidores, empresas y organizaciones con el fin de definir acciones específicas de información y/o formación.

**CR1.1** La información sobre las situaciones más problemáticas para los consumidores, derechos y obligaciones de los consumidores y/o empresarios, hábitos de consumo, consumo responsable, desarrollos normativos en materia de protección y confianza al consumidor, denuncias y/o reclamaciones en materia de consumo u otras, se identifica y obtiene acudiendo a distintas fuentes de información.

**CR1.2** La información sobre las ayudas y subvenciones ofrecidas por las administraciones u organizaciones que pueden constituir fuentes de financiación de la acción, se busca a través de los medios de información y comunicación disponibles y se analizan los requisitos y plazos necesarios para solicitarlas.

**CR1.3** La información disponible para la identificación de las necesidades en materia de consumo se valora y se analiza la conveniencia de ampliarla de acuerdo al tipo de acción que se va a realizar.

**CR1.4** La información primaria de los consumidores u organizaciones objeto de análisis se recoge aplicando las técnicas e instrumentos adecuados -entrevistas, cuestionarios, protocolos de observación, u otros- de acuerdo a la metodología que se quiera utilizar y los objetivos de la acción.

**CR1.5** Se determinan, a partir del análisis de la información disponible, los objetivos de la acción que resultan de las necesidades específicas de asesoramiento/formación a los colectivos, segmentos de consumidores/usuarios o personal de la empresa/organización en los que se detectan.

**RP2:** Organizar las acciones de información y/o formación específicas a consumidores, empresas y organizaciones para asegurar el cumplimiento de la normativa, promover hábitos de consumo saludables y responsable que garanticen la protección de los derechos de los consumidores.

**CR2.1** A partir de la información obtenida sobre las necesidades de información y/o formación de los destinatarios se determina los recursos, materiales o documentos necesarios para el tipo de acción y características o perfil de los destinatarios.

**CR2.2** Las acciones de información, y/o formación se estructuran en un plan que defina: destinatarios, objetivos, actividades, metodología, cronograma, recursos, indicadores o procedimientos de evaluación, y otros, estableciendo las prioridades para su puesta en funcionamiento, de acuerdo con los objetivos y recursos disponibles

**CR2.3** El perfil de los expertos o colaboradores que van a asesorar e impartir las acciones de información y/o formación se determina de acuerdo a los objetivos, contenidos y actividades.

**CR2.4** El espacio físico, recursos y equipos concretos que mejor se adecuan al desarrollo de las acciones, se determina en función de sus características y presupuesto y se asegura su disponibilidad en las fechas elegidas mediante escrito de solicitud o contrato de alquiler, anticipándose a posibles incidencias de tiempo o trámites u otras.

**CR2.5** Los medios adecuados para la difusión de las acciones se seleccionan con criterios realistas en función de los objetivos, destinatarios y presupuesto previsto.

**CR2.6** La participación de los destinatarios de las acciones se promueve solicitando su inscripción y/o utilizando los diferentes medios de información y comunicación: folletos, intranet, Internet etc.

**CR2.7** El presupuesto previo a la puesta en marcha de la acción o conjunto de acciones de información/formación se elabora dentro de los márgenes establecidos, considerando todos los aspectos esenciales y realizándose los cálculos oportunos, utilizando, en su caso, hojas de cálculo informático.

**RP3:** Implementar las acciones de información y/o formación a consumidores y/u organizaciones definidas de acuerdo con las especificaciones, metodología definida y presupuesto establecido.

**CR3.1** Las gestiones necesarias: llamadas, escritos, contratos y otras, se realizan de acuerdo con los procedimientos establecidos, anticipándose y evitando posibles incidencias como falta de tiempo, sustituciones, trámites, dificultades de coordinación, entre otras, para asegurar la participación de los ponentes y colaboradores de la empresa/organización o externos a ella, en las fechas y condiciones acordadas.

**CR3.2** Las actuaciones previstas al objeto de la difusión del plan de información/formación se gestionan de acuerdo con la forma y medios definidos: elaboración de cartas, correos electrónicos, llamadas a periodistas, anuncios entre otros.

**CR3.3** Los contenidos informativos/formativos de las acciones se imparten según metodología propia de cada tipo: charlas, talleres, puestas en común entre distintos departamentos afectados y/u otros, utilizando técnicas, estrategias, recursos y materiales didácticos que faciliten la asimilación de dichos contenidos.

**CR3.4** La participación activa de los asistentes durante las acciones se favorece y fomenta a partir del planteamiento de interrogantes, reflexiones, reforzando los comentarios y ejemplos de asistentes, aclaración de dudas u otros recursos didácticos a lo largo del desarrollo de la acción informativa/formativa.

**CR3.5** Las medidas y gestiones precisas ante cualquier anomalía que surja durante el desarrollo de las acciones se llevan a cabo asegurando la eficacia de las mismas.

**RP4:** Evaluar las acciones información y/o formación, utilizando las técnicas e instrumentos adecuados para determinar la eficacia de las mismas en función de los objetivos y resultados previstos.

**CR4.1** Los procedimientos e instrumentos de evaluación de las acciones de información y formación se definen para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos de la acción.

**CR4.2** Las desviaciones producidas entre el presupuesto aprobado y los costes reales de la acción informativa/formativa se calculan utilizando, cuando sea oportuno una hoja de cálculo.

**CR4.3** El informe o memoria de la/s acción/es desarrollada/s se elabora expresando de forma clara, concisa y completa recogiendo al menos, los siguientes aspectos:

- Desarrollo de la/s acción/es de información y/o formación.

- Incidencias.
- Grado de cumplimiento de los objetivos.
- Resultados de la acción y se relación con las necesidades detectadas
- Conclusiones y recomendaciones para otras acciones del mismo tipo.

**CR4.4** La memoria o informe de la acción se elabora utilizando procesadores de texto y/o aplicaciones para presentaciones, en caso de tener que ser expuesta en reuniones u otros foros, se realiza de acuerdo con los objetivos que se definan y los destinatarios a quienes vaya dirigida.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas informáticos (entornos de usuario): procesadores de texto, bases de datos, hojas de cálculo, presentaciones. Aplicaciones de gestión documental, aplicaciones de gestión de proyectos. Navegadores de Internet. Aplicaciones de correo electrónico y de edición.

### Productos y resultados

Detección de necesidades de información/formación de empresas, organizaciones, consumidores y usuarios de productos / servicios de uso común o generalizado. Información sistematizada sobre comportamiento de consumidores. Identificación de sectores / actividades empresariales y segmentos de población con necesidades específicas en materia de consumo. Campañas de información/formación dirigidas a empresas, organizaciones y colectivos de consumidores. Acciones / planes de formación adaptados a colectivos con necesidades específicas en materia de consumo. Informes y Memorias de evaluación.

### Información utilizada o generada

Información/documentación procedente de diferentes fuentes y estudios sobre el comportamiento del consumidor/usuario. Estudios sobre productos de uso común o generalizado. Información/documentación sobre consumo. Documentos, cartas, correos electrónicos, folletos, rueda de prensa, notas de prensa, presentaciones orales, anuncios, sitios web, boletines electrónicos, entre otros.

## MÓDULO FORMATIVO 1

### Actuaciones de control en consumo

Nivel:	3
Código:	MF0998_3
Asociado a la UC:	UC0998_3 - Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa.
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Interpretar la legislación y normativa en materia de consumo de distintos productos y servicios de uso común o generalizado y/o actividades relacionadas.

**CE1.1** Identificar la normativa aplicable a los productos/servicios de uso común o generalizado y actividades relacionadas al mismo: publicidad, comercialización, almacenaje, u otras, y sintetizar los aspectos que afectan a las empresas y/o consumidores.

**CE1.2** Explicar los términos jurídicos que se manejan habitualmente en la legislación en materia de consumo.

**CE1.3** Dado un sector y producto/servicio de uso común, identificar las distintas competencias en materia de control de mercado entre la administración europea, nacional, autonómica y local deduciendo las diferencias existentes.

**CE1.4** Dada una normativa determinar las consecuencias de su aplicación al ámbito de los consumidores y a la responsabilidad de las empresas fabricantes y distribuidoras.

**CE1.5** Dado un supuesto de reclamación/denuncia de los consumidores, asociar, la circunstancia y objeto de la misma con la norma específica aplicable así como los organismos de protección al consumidor competentes en la materia.

**CE1.6** Describir los controles de mercado y medidas administrativas aplicables ante riesgos y situaciones de vulneración de los derechos de los consumidores en productos de gran consumo o uso generalizado.

**CE1.7** Dado un supuesto de reclamación/denuncia de los consumidores, identificar y explicar las medidas administrativas sancionadoras y no sancionadoras aplicables.

**C2:** Valorar la relevancia de los aspectos de protección al consumidor desde la óptica de la empresa y la responsabilidad social corporativa.

**CE2.1** Identificar los sistemas de autorregulación, códigos de conducta y buenas prácticas comerciales en el ámbito del consumo establecidos por organismos reconocidos en el ámbito nacional, europeo e internacional y justificar su aplicación en la organización/empresa.

**CE2.2** Dada una empresa o actividad debidamente caracterizada analizar las consecuencias de la aplicación de un sistema de autorregulación o código de conducta a su actividad, estrategia empresarial y relaciones con los consumidores, especialmente a los colectivos más vulnerables en materia de consumo por ejemplo: discapacitados, niños y adolescentes o productos de gran consumo, bebidas y alimentación.

**CE2.3** A partir de un sector/empresa/producto/servicio debidamente caracterizado determinar los aspectos a considerar para aplicar los criterios de protección de la salud, seguridad y

transparencia en las acciones/promociones del plan de marketing a los productos/servicios de uso común o generalizado.

**CE2.4** A partir de un producto/servicio/actividad debidamente caracterizados proponer mejoras que permitan ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos y los servicios que los consumidores necesitan y desean.

**CE2.5** Valorar la importancia de la implantación de procesos de mejora continua y sistemas de control internos y voluntarios por parte de la empresa para establecer una relación duradera con los clientes y la minimización de las reclamaciones a la empresa.

**CE2.6** Elaborar los protocolo o guías de actuación que permiten el seguimiento y control de las actividades relacionadas con el consumidor y la implantación de sistemas voluntarios de autorregulación adecuados a la actividad de una empresa debidamente caracterizada.

**CE2.7** Identificar las certificados y etiquetas creadas por sectores industriales, ONG, asociaciones de consumidores o organismos de la administración para incentivar las empresas, productos que cumplen con la normativa en materia de consumo o están acogidos a sistemas de defensa de los consumidores.

**C3:** Diseñar acciones e instrumentos de control y vigilancia del cumplimiento de las exigencias legales u objetivos prefijados por una empresa/sector en materia de consumo, en el ambiente local y autonómico.

**CE3.1** Describir los principales parámetros que se deben considerar en un protocolo o guía de actuaciones relacionados con la protección de los derechos de los consumidores y usuarios especialmente en materia de precios, etiquetado, publicidad y signos externos que hacen referencia a los productos/servicios y sus consumidores y/o usuarios.

**CE3.2** A partir de una situación/actividad/empresa/organización, convenientemente caracterizada de control de mercado:

- Identificar el objetivo del tipo de actuación que ha de realizar (investigación, obtención de información, control y vigilancia, evaluación interna, asesoramiento e información a los agentes del mercado)
- Interpretar las disposiciones jurídicas vigentes o sistema de autorregulación aplicable al caso.
- Definir los parámetros o aspectos que se van a controlar.
- Explicar los medios y materiales necesarios para llevar a cabo la acción (documentación anexa, medios técnicos para la toma de muestras y cualquier otro medio).
- Elaborar el protocolo, cuestionario, ficha o documento de control, especificando claramente: los departamentos o áreas de la empresa afectadas, las acciones y calendario de cumplimiento (plazos, procedimientos, entre otros).

**CE3.3** A partir de una situación objeto de control/inspección de la administración local o autonómica, definir los métodos oficiales de análisis, toma de muestras, transporte, control e inspección más adecuados a la naturaleza del producto/servicio.

**CE3.4** A partir de un supuesto de inspección de la administración local o autonómica para toma de muestras, convenientemente caracterizado, especificar:

- Procedimiento que hay que seguir.
- Fases que componen el procedimiento administrativo.
- Material y documentos necesarios.
- Transporte adecuado de la característica de la muestra.

**C4:** Aplicar los procedimientos preestablecidos en las actuaciones de control en consumo incorporando los criterios de protección de la salud, seguridad y transparencia al consumidor/cliente.

**CE4.1** Dada una empresa, producto, servicio o actividad comercial debidamente caracterizados simular la realización de todos los pasos de una actuación de control para la consecución de los objetivos prefijados en el ámbito de la empresa, señalando los departamentos y áreas afectados.

**CE4.2** Dada una empresa, producto, servicio o actividad comercial simular la cumplimentación de los documentos de control señalando todos los aspectos que deben observarse y comprobarse de cara a la consecución de los objetivos prefijados por la empresa en el ámbito de la responsabilidad social corporativa

**CE4.3** Dada una actuación oficial de inspección de consumo ejecutar todo el proceso de inspección de acuerdo a lo establecido reglamentariamente:

- Comunicar a los afectados en la actuación de control de forma clara y comprensible el objetivo de la acción de control/inpección y el procedimiento que se va a seguir.

- Comprobar los aspectos que se quieren observar en la actuación siguiendo el protocolo o guía de actuaciones y cumplimentar los cuestionarios, fichas o documentos de control diseñados al efecto de la actuación.

- Seleccionar los medios técnicos con que se va a realizar la toma de muestras del producto o pruebas de la actuación de control y en caso necesario el medio de transporte al centro de análisis de muestras que asegure las óptimas condiciones de la muestra en condiciones de seguridad e higiene laboral.

- Redactar el Acta de la actuación y entregando en el acto de control a los titulares de la empresa, su representante legal o empleado copia de la misma.

**CE4.4** Según el objetivo de la actuación, ejecutar el protocolo o guía de actuación de acuerdo a los objetivos y finalidad de la misma.

**C5:** Elaborar informes de actuaciones de control y actas de inspección en materia de consumo.

**CE5.1** A partir de un determinado supuesto de control, realizar el informe acompañado de la documentación necesaria redactado de forma clara y concisa utilizando la aplicación informática determinada y proponiendo las medidas o acciones concretas para corregir aquellos aspectos que se hayan observado y los plazos para cumplirlos.

**CE5.2** Cumplimentar los aspectos mínimos que deben figurar en el documento de control y explicar la importancia de cuidar cada uno de ellos para asegurar la confianza de los consumidores y la responsabilidad social corporativa.

**CE5.3** En un caso de actuación por parte de la administración local o autonómica, analizar los distintos tipos de actas a partir de distintos supuestos de control convenientemente caracterizados seleccionar el tipo de acta adecuada a la actuación.

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

C3 y C4 respecto a todos sus criterios.

### Otras Capacidades:

Respetar y proponer procedimientos y normas internas de la empresa.

Resolver con rapidez y rigor situaciones problemáticas.

Argumentar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

## Contenidos

- 1 Normativa aplicable en materia de consumo a productos y servicios de gran consumo y uso generalizado.**

Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo. Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado. Regulación de la actividad del comercio interior. Redes de alerta en el mercado único europeo. Aplicación de la normativa a casos concretos de productos de gran consumo y uso generalizado.
- 2 Competencias y funcionamiento de las instituciones y organismos públicos y privados en materia de control del mercado**

Instituciones públicas y privadas responsables en materia de consumo.  
Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración pública.  
Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado.  
Procedimientos administrativos de la actuación inspectora.  
Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección.  
Competencias de la Administración nacional y autonómica en la Red de Alerta Europea.
- 3 Sistemas de autorregulación, códigos éticos y normas de organizaciones empresariales/sectoriales reconocidas a nivel nacional, autonómico e internacional**

Sistemas de autorregulación de publicidad, comercio electrónico y/o actividades comerciales relacionadas (AENOR, Agencia de protección de datos, Cámara de Comercio Internacional entre otros)  
Códigos de conducta voluntarios y responsabilidad social corporativa internacionales o paneuropeos. Aplicación a casos concretos.  
Certificación de Sistemas de Calidad a empresas
- 4 Procedimiento y actuaciones de control de mercado por parte de la administración local y autonómica.**

Concepto y finalidad del control de mercado. Derechos y responsabilidad de la empresa. El control de mercado por parte de la administración. Motivación de la actuación inspectora. Modalidades tipos de controles de mercado. El procedimiento administrativo de la inspección de consumo. La toma de muestras en una inspección: Requisitos formales. Técnicas de toma de muestras. Tipos de análisis. Función y estructura del Acta de inspección.
- 5 Implementación de sistemas de autorregulación en la empresa en el ámbito del consumo**

Finalidad de la implementación de sistemas de autoregulación. La responsabilidad social corporativa en materia de consumo, publicidad y fidelización del cliente. Implantación de sistemas de calidad total en la empresa. La orientación de la empresa a la satisfacción del consumidor. El establecimiento de un sistema interno de control interno/inspección: la toma de muestras. Documentos de Control de la calidad: Protocolos e instrucciones de trabajo. La implantación de los procesos de mejora continua en la empresa.
- 6 Elaboración de informes, Actas y protocolos de inspección utilizando aplicaciones informáticas.**

Aplicaciones informáticas y procesadores de texto para la elaboración de informes y otros documentos.

Tipos de documentos: Actas de inspección, Informes, cuestionarios y documentos de control.

Estructura y contenido del documento: objetivos, desarrollo de la acción.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m<sup>2</sup>

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la realización de actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica de Ingeniero Técnico, Diplomado, Arquitecto Técnico o de otras de superior nivel relacionadas con este 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

### Organización de un sistema de información de consumo.

Nivel:	3
Código:	MF0246_3
Asociado a la UC:	UC0246_3 - Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.

**CE1.1** Identificar las fuentes de información oficiales en materia de consumo existentes a nivel europeo, nacional autonómico y local utilizando motores de búsqueda online.

**CE1.2** Identificar los principales canales y medios oficiales de información y divulgación de información y normativa vigente en materia de consumo y derechos del consumidor.

**CE1.3** Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de una información recogida y fórmulas existentes para garantizar la veracidad de la información.

**CE1.4** Argumentar la importancia de garantizar la veracidad y vigencia de la información y fuentes de información en materia de consumo.

**CE1.5** Explicar las ventajas y desventajas de las fuentes de información primaria en materia de consumo.

**CE1.6** A partir de unos datos que caracterizan tres métodos y fuentes de información en materia de consumo:

- Calcular relación coste/rendimiento de cada una de ellas, teniendo en cuenta precio, forma de acceso y soporte y seleccionar aquella cuya ratio sea el óptimo.
- Valorar la tensión existente entre el esfuerzo y la viabilidad de la obtención de la información.

**CE1.7** Ante un supuesto práctico de demanda de información, convenientemente caracterizado:

- Definir el objetivo de la demanda o necesidad de información y el público al que se destinará.
- Identificar las fuentes de información oficial y sectorial fiables.
- Buscar la información demandada utilizando la web y/o motores de búsqueda en la web.
- Consultar catálogos de bibliotecas y hemerotecas a partir de tesauros en consumo, palabras clave, temas y subtemas.
- Seleccionar el método de recogida de datos en función de su fiabilidad.
- Discriminar la información y datos obtenida de las fuentes internas y/o externas a la organización según criterios o parámetros para garantizar su fiabilidad.
- En caso de no haber obtenido la información proponer otras fuentes de información primaria y guión de la encuesta o entrevista.

**C2:** Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.

**CE2.1** Explicar el significado de la terminología específica habitual en la normativa y documentación específica de consumo.

**CE2.2** Explicar el significado de Tesauros en materia de consumo a nivel europeo y nacional.

**CE2.3** Ante un supuesto práctico de informe o folleto divulgativo en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

- Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios.
- Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
- Resumir el contenido del informe de forma sintética y ordenada.

**CE2.4** Ante un supuesto práctico de normativa vigente en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

- Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios.
- Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
- Explicar el objeto y destinatarios de la normativa.
- Resumir el contenido de la normativa de forma sintética y ordenada.

**CE2.5** Ante un supuesto práctico de reclamación en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

- Identificar los aspectos relevantes de la reclamación y condiciones y derechos del consumidor.
- Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
- Explicar el objeto y demandas de la reclamación/queja.
- Resumir el contenido de la reclamación de forma sintética y ordenada.

**C3:** Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información.

**CE3.1** Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.

**CE3.2** Explicar las principales funciones de un archivo documental o base de datos sobre un conjunto de reclamaciones o distintos documentos de información en materia de consumo.

**CE3.3** Describir los métodos fundamentales de registro, mantenimiento y actualización de la información en un fondo documental y la gestión proactiva de los sistemas de información de la organización.

**CE3.4** Argumentar las ventajas y desventajas de distintos paquetes de "software" empleados habitualmente para el tratamiento de la información y documentación.

**CE3.5** Explicar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.

**CE3.6** A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, en el que se dispone de información recogida de diferentes fuentes:

- Clasificar los datos según el tipo de fuente de información de donde procedan.
- Organizar la información aplicando normas de seguridad y calidad.
- Aplicar técnicas adecuadas para organizar y archivar la información suministrada de forma que se facilite el acceso a la misma.
- Utilizar adecuadamente las funciones de tratamiento y organización de la información de aplicaciones en un entorno de usuario.

**CE3.7** Utilizar las funciones y utilidades de las aplicaciones informáticas y sistemas operativos que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.

**CE3.8** Explicar la normativa vigente y procedimientos idóneos para copiar y garantizar la seguridad e integridad de la información de un sistema de información de consumo de la organización.

**C4:** Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.

**CE4.1** Explicar los principales aspectos que se deben observar en la elaboración de un documento que recoja información de consumo, en cuanto a la forma, estructura y contenido.

**CE4.2** A partir de la lectura de varios documentos relacionados con un mismo tema en materia de consumo: legislación, folletos y artículos de revistas especializadas entre otros; sintetizar la información que contiene de acuerdo a la relevancia del tema para los consumidores y usuarios.

**CE4.3** A partir de normativa o documentación específica, en materia de consumo, con referencias, datos bibliográficos, ideas principales y utilidades posibles de la misma, elaborar una ficha resumen con los aspectos más relevantes.

**CE4.4** A partir de distintos boletines oficiales publicados por el Estado y/o en la Comunidad Autónoma en el periodo de un mes:

- Interpretar la información que proporcionan y detectar los aspectos que afectan a los derechos de los consumidores y usuarios.
- Ordenar y estructurar la información legislativa obtenida en una tabla o cuadro.
- Confeccionar un boletín de legislación que recoja toda la normativa de consumo publicada en el periodo de tiempo dado.
- Utilizar con eficacia y soltura la aplicación informática adecuada para la elaboración de tablas y el boletín.

**CE4.5** Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales de ámbito europeo y nacional:

- Interpretación la información referente a consumo, detectando los aspectos que afectan al consumidor/usuario.
- Ordenar y estructurar la información de las noticias y artículos analizados en una tabla o cuadro.
- confeccionando un boletín de prensa que exponga claramente los contenidos seleccionados.
- Utilizar con eficacia y soltura las herramientas, medios electrónicos y/o la aplicación informática más adecuada para procesar o sintetizar la información.

**CE4.6** En casos prácticos de confección de documentación de consumo, convenientemente caracterizados, y a partir de medios y aplicaciones informáticas en entornos de usuario:

- Seleccionar el formato más adecuado a cada tipo de documentación/información, en razón de su finalidad y presentación final: presentación con diapositivas, presentación animada con ordenador y sistema de proyección, presentación en papel.
- Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de texto necesario para la elaboración de documentación.
- Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de tablas, cuadros sinópticos o gráficos necesarios para la elaboración de documentación.
- Utilizar la aplicación y/o en su caso, el entorno que permita y garantice la integración de texto, gráfico y datos.
- Descubrir/reconocer y corregir los posibles errores cometidos al introducir y manipular los datos con el sistema informático, con la ayuda de alguna utilidad de la propia aplicación (corrector ortográfico, comparación de documentos u otros)

- Presentar la documentación de acuerdo con su naturaleza.

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

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

### Otras Capacidades:

Respetar procedimientos y normas internas de la organización.

Resolver con rapidez y rigor demandas de información y situaciones problemáticas.

Argumentar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

## 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/o 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.

### 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 al usuario. Integración de servicios informáticos. Concepto de 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 y/o bancos y bases de datos. Métodos de acceso a la información por el usuario a través de las bases de datos. Utilización de aplicaciones informáticas de tratamiento de la información. Aplicaciones informáticas para la organización de información.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m<sup>2</sup>

### Perfil profesional del formador o formadora:

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

- Formación académica de Diplomado y de otras de superior nivel relacionadas con este 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

### Asesoramiento y formación en materia de consumo

Nivel:	3
Código:	MF0999_3
Asociado a la UC:	UC0999_3 - Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo.
Duración (horas):	180
Estado:	BOE

#### Capacidades y criterios de evaluación

**C1:** Determinar las necesidades de información y/o formación de colectivos de consumidores, empresas y organizaciones en materia de bienes y servicios de consumo generalizado.

**CE1.1** Describir las fuentes de información y métodos para detectar necesidades y/o carencias de información/formación en los consumidores/usuarios y/o empresas.

**CE1.2** A partir de una publicación/normativa en materia de consumo:

- Interpretar los puntos de interés para la información/formación de consumidores.
- Interpretar los aspectos/puntos de interés para la información/formación de empresas/organizaciones.
- Establecer relaciones entre el comportamiento de los consumidores/usuarios y la actuación de las empresas/organizaciones y la detección de necesidades de información/formación.

**CE1.3** Identificar y explicar los principales factores psicológicos que pueden afectar al comportamiento del consumidor, sus hábitos de consumo y el nivel de satisfacción y confianza en la empresa, producto y/o servicio.

**CE1.4** Explicar los aspectos del comportamiento del consumidor que limitan la libertad y racionalidad en el consumo de bienes y utilización de servicios relacionando acciones que permiten evitar los riesgos de un consumo perjudicial e irracional de los productos y servicios..

**CE1.5** 5 Explicar las principales técnicas o métodos para la definición de criterios de segmentación de los consumidores que faciliten el análisis de las necesidades informativas/formativas de determinadas grupos.

**CE1.6** A partir de una actividad/producto/servicio de una empresa, debidamente caracterizada:

- Definir los elementos externos que garanticen el cumplimiento de la normativa de consumo: etiquetado, precio, presentación, publicidad, y su adecuado uso, consumo o disfrute por parte de los consumidores finales.
- Establecer relaciones entre el comportamiento de los consumidores/usuarios y la actuación de las empresas/organizaciones.
- Definir la información cierta, veraz eficaz, objetiva y suficiente sobre las características esenciales de dicho producto.

**CE1.7** A partir de un producto/servicio o actividad, analizar los anuncios y mensajes publicitarios que emiten detectando los aspectos que incumplen los derechos de información y transparencia y la confianza y/o satisfacción de los consumidores.

- C2:** Definir acciones de información y/o formación precisas para dar respuesta a necesidades detectadas y de acuerdo con unas especificaciones establecidas, contemplando las ayudas y subvenciones disponibles.
- CE2.1** Describir los elementos que intervienen en las acciones de información y/o formación a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.
- CE2.2** Definir las principales técnicas y métodos pedagógicos que deben aplicarse en las acciones informativas o formativas a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.
- CE2.3** Enumerar los criterios que deben aplicarse en la selección de ponentes y colaboradores para el desarrollo y ejecución de acciones de información y/o formación.
- CE2.4** Explicar los distintos procedimientos y medios para la difusión de las acciones de información/formación, a partir de un supuesto convenientemente caracterizado.
- CE2.5** Elaborar la documentación para el desarrollo de las acciones informativas y/o formativas adecuados a los fines de la misma, utilizando programas informáticos de procesadores de textos y de presentación.
- CE2.6** Determinar a partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado, en el que se detalla un tema objeto de un plan de formación, el público destinatario y presupuestos disponibles y utilizando un programa informático de gestión de proyectos/tareas:
- Objetivos de las acciones a desarrollar
  - Metodología que se va a utilizar en la formación.
  - Desarrollo didáctico de los contenidos.
  - Recursos humanos necesarios y perfil de ponentes y colaboradores.
  - Recursos materiales y documentación.
  - Características del espacio más adecuado para el desarrollo de la acción de información/formación.
  - Cronograma y duración de las acciones.
  - Presupuesto y financiación
  - Medios de difusión de la actividad.
- CE2.7** Elaborar un programa de contenidos para una sesión de información y/o formación utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
- CE2.8** Identificar las ayudas y subvenciones que pueden constituir fuentes de financiación de las actividades de información/formación y educación al consumidor en una determinada región o espacio geográfico interpretando las condiciones que deben cumplirse para acceder a la misma.
- C3:** Aplicar técnicas de comunicación y habilidades pedagógicas al desarrollo de acciones de información/formación dirigidas a diferentes tipos de grupos, utilizando programas informáticos de presentaciones a grupos.
- CE3.1** A partir de diferentes casos de acciones de información y formación a grupos de pequeños, medianos y grandes, debidamente caracterizados, realizar simulaciones de acciones de asesoramiento, información y/o formación
- CE3.2** Preparar un guión con todos los componentes necesarios para realizar una sesión de asesoramiento o información a un colectivo con un determinado perfil y necesidades en el ámbito del consumo.
- CE3.3** Elaborar el material y los recursos didácticos adecuados al perfil de los destinatarios de la acción utilizando los programas informáticos adecuados.
- CE3.4** Aplicar técnicas de comunicación oral y dinámica de grupos para cumplir objetivos de la acción de información/formación en situaciones de simulación
- Impartir una sesión informativa de 20' de duración de acuerdo al perfil de los destinatarios y el guión preparado.

- Desarrollar de una sesión de formación de 30' de duración de acuerdo al perfil de los destinatarios y los objetivos de programación previstos.

**C4:** Valorar la importancia de evaluar la calidad y eficacia de una acción de información y/o formación a consumidores aplicando métodos y técnicas para su comprobación y evaluación de acuerdo con unas especificaciones establecidas.

**CE4.1** Explicar los objetivos y necesidad de la evaluación de las acciones información y/o formación

**CE4.2** Identificar y describir las técnicas de evaluación utilizadas habitualmente para medir el grado de eficacia de una acción de información/formación a consumidores, empresas y organizaciones

**CE4.3** Elaborar un cuestionario-tipo para evaluar la acción o conjunto de acciones de información y/o formación.

**CE4.4** A partir de un supuesto en el que se definen unos resultados obtenidos tras el desarrollo de una acción determinada a una empresa/organización/colectivo de consumidores sintetizar y estructurar la información de manera clara y concisa, presentando los resultados y conclusiones a través de un informe utilizando una aplicación informática adecuada.

**CR4.5** A partir de un caso práctico utilizar una hoja de cálculo informático para controlar las desviaciones entre un presupuesto previo y el real tras el desarrollo de la actividad informativa/formativa.

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

C3 respecto a todos sus criterios.

### Otras Capacidades:

Argumentar la información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Resolver con rapidez y rigor situaciones problemáticas.

Respetar y proponer procedimientos y normas internas de la empresa.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

## Contenidos

### 1 Hábitos de consumo.

Evolución de los hábitos de consumo.

Modelos de comportamiento del consumidor.

Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto.

La responsabilidad social corporativa en materia de consumo: la fidelización y satisfacción del cliente/consumidor/usuario.

El desarrollo del comercio electrónico y los hábitos de consumo.

### 2 Análisis del comportamiento del consumidor/cliente

Variables que intervienen en el proceso de decisión de compra. Influencia del marketing y la publicidad en el consumidor: Legislación reguladora de la publicidad. El etiquetado y el merchandising. normativa de etiquetado y precios. Cláusulas abusivas en los contratos de compraventa. Sistemas de autorregulación en la publicidad y política de comunicación de la



empresa con el cliente: información veraz, cierta y transparente del uso y consumo de los productos y/o servicios. Comercio electrónico: características y problemas en el ámbito de los consumidores.

### 3 Técnicas de segmentación aplicadas al consumo

Descripción de la población objetivo, actividades, sectores, empresas o consumidores sensibles o vulnerables en materia de consumo. Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo: La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor. Naturaleza y proceso. Segmentos de población más vulnerables por situaciones de inferioridad o falta de transparencia. Sectores/empresas/productos y/o servicios sensibles en materia de consumo: productos/servicios de uso generalizado o gran consumo.

### 4 Organización, gestión y evaluación de acciones de información/formación en materia de consumo a colectivos de consumidores, empresas y organizaciones.

Los objetivos. La determinación de necesidades informativas/formativas a cubrir por la acción. Metodología didáctica: métodos, técnicas de aprendizaje y dirección de grupos: Técnicas de comunicación y dinámica de grupos. Aplicación de técnicas de dinamización y dirección de grupos. Educación de adultos. Recursos didácticos. Cronogramas. Presupuestos. Difusión de las acciones. Evaluación de la acción: Objetivos de la evaluación. Tipos de evaluación. Pruebas de evaluación. Metodología de la evaluación de acciones de formación: evaluación de objetivos, contenidos, metodología, actividades, recursos, formadores. Elaboración de informes de evaluación.

### 5 Técnicas de comunicación en actividades de información/formación en materia de consumo.

El proceso de comunicación: Tipos de comunicación.

Dificultades y barreras en la comunicación.

Comunicación oral: Características de la comunicación oral. Comunicación no verbal. Comunicación a pequeños o grandes grupos. Las presentaciones a través de aplicaciones informáticas.

La comunicación en la empresa/organización.

Dinámica de grupos y habilidades pedagógicas.

### 6 Preparación de presentaciones en materia de información y formación en consumo.

Estructura de una presentación. Aplicaciones y software específico para la elaboración de presentaciones. Utilidades de animación de presentaciones. Utilización de aplicaciones informáticas en la realización de presentaciones y edición de documentos.

## Parámetros de contexto de la formación

### Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m<sup>2</sup>

### Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la organización y realización de acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:

- Formación académica de Ingeniero Técnico, Diplomado, Arquitecto Técnico o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.

- Experiencia profesional de 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.