

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Control y formación en consumo

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM313_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 915/2024
Referencia Normativa:	RD 109/2008

Competencia general

Efectuar actuaciones de control, así como acciones de información y formación, de acuerdo con la normativa aplicable en materia de consumo.

Unidades de competencia

UC0246_3: GESTIONAR INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

UC0998_3: Controlar actuaciones de consumo

UC0999_3: Planificar acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad profesional, en el área de formación y control de consumo, en entidades de naturaleza pública o privada, 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 omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Monitores de consumo
- Técnicos en consumo
- Agentes de inspección de consumo

Formación Asociada (540 horas)

Módulos Formativos

MF0246_3: GESTIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO (180 horas)

MF0998_3: Control de actuaciones de consumo (180 horas)

MF0999_3: Planificación de acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo (180 horas)

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

GESTIONAR INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Nivel: 3
Código: UC0246_3
Estado: 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 2

Controlar actuaciones de consumo

Nivel: 3

Código: UC0998_3

Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Controlar actuaciones de consumo, respetando la estrategia empresarial, para alcanzar los objetivos marcados.

CR1.1 Los objetivos de cada actuación de control de consumo se determinan, identificando la normativa aplicable y la estrategia de la organización.

CR1.2 Los resultados de las acciones de control del sector, se revisan, incorporando las actualizaciones de la normativa aplicable en materia de consumo, corrigiendo los fallos detectados.

CR1.3 Los sistemas de autorregulación se analizan, supervisando las prácticas de la empresa u organización y los códigos de conducta reconocidos en el ámbito europeo o Internacional, reforzando la responsabilidad social, garantizando la confianza de los consumidores.

CR1.4 Las acciones de control se definen, aplicando la normativa y la política de la empresa, de acuerdo con los objetivos, obtención de información, control interno, comprobación de la reclamación y su finalidad.

CR1.5 Las gestiones durante la acción de control, se organizan, especificando el número de acciones a realizar, departamentos o empresas afectadas, personal encargado del seguimiento, calendario y cronograma, garantizando el desarrollo de la acción en tiempo y forma.

CR1.6 El documento de control de ejecución de la acción se elabora, agrupando datos en forma de cuestionario, protocolo o guía de actuación, recabando información, especificando los aspectos a tener en cuenta y los medios y materiales.

RP2: Verificar el grado de cumplimiento de las actuaciones prefijadas por la política empresarial en materia de consumo, para alcanzar los objetivos marcados.

CR2.1 Los datos y documentación en la comprobación del grado de cumplimiento de los objetivos o normativa se recaban, marcando un protocolo basado en formularios o entrevistas con los consumidores afectados.

CR2.2 La interacción con los consumidores afectados se facilita, favoreciendo la comunicación, mostrando una actitud asertiva de colaboración.

CR2.3 Las medidas que garantizan el cumplimiento de los derechos del consumidor y los objetivos de la empresa ante los incumplimientos detectados: información, protección de los intereses económicos y sociales, reparación de los daños y perjuicios sufridos, representación, consulta, participación, salud, seguridad, protección administrativa y técnica, educación y formación en materia de consumo, se proponen, acordando implementarlas de acuerdo con el procedimiento empresarial.

CR2.4 Los controles externos a la empresa por parte de la administración se ejecutan, aportando la documentación o información solicitada por los auditores.

CR2.5 Las auditorías de organismos de defensa de los derechos del consumidor se resuelven, asegurando el procedimiento en la actuación de control, atendiendo a las partes implicadas.

RP3: Presentar conclusiones y propuestas de mejora, elaborando el acta de control de inspección de consumo para verificar el cumplimiento de las actuaciones prefijadas por la política empresarial en materia de consumo.

CR3.1 El acta de control de inspección de consumo se redacta, incluyendo datos de los comparecientes, lugar, fecha y hora de la acción, así como los hechos de forma objetiva, entre otros.

CR3.2 Los apartados del acta de control de inspección de consumo se ordenan, facilitando las consultas de información.

CR3.3 Las irregularidades o incumplimientos detectados en materia de consumo se incluyen, en el acta de control de inspección, adjuntando las pruebas y documentación que las acredite.

CR3.4 El acta de actuación de control de consumo se entrega, presentando las conclusiones o propuestas de mejora a los responsables.

CR3.5 El cumplimiento de las actuaciones recogidas en el acta de control de inspección de consumo se verifican, realizando auditorias y programando revisiones.

RP4: Efectuar actuaciones de inspección y control, aplicando el procedimiento reglamentario en materia de consumo para detectar vulneraciones en los derechos de los consumidores y usuarios.

CR4.1 El procedimiento de control de consumo se inicia, motivando la actuación y los procesos a seguir, informando a las partes implicadas.

CR4.2 El procedimiento de control de consumo a seguir se ejecuta, cumpliendo los plazos y fases.

CR4.3 Los incumplimientos detectados se comunican, a los afectados en tiempo y forma, aplicando medidas correctoras.

CR4.4 Las muestras se toman, garantizando su identidad y transporte al laboratorio de la inspección, precintando, lacrando y etiquetando las muestras con las firmas de las partes.

CR4.5 El acta de la actuación de control se levanta, a los responsables afectados por la inspección de consumo, siguiendo de oficio el procedimiento aplicable a la actuación, informando a las partes de las alegaciones que pueden interponer.

RP5: Efectuar campañas de inspección de consumo a comercios online, garantizando la seguridad de las compras a consumidores y usuarios, para evitar fraudes e incumplimientos legales por parte de los comerciantes.

CR5.1 La contratación de los productos ofertados a clientes se audita, comprobando que cumplen los requisitos legales en materia de consumo.

CR5.2 Las empresas con presencia online se auditan, verificando el cumplimiento de las cláusulas contractuales: derecho de desistimiento, facturación electrónica, condiciones generales sobre protección de datos, prácticas comerciales desleales, servicio postventa, resolución de reclamaciones y quejas, entre otras.

CR5.3 El cumplimiento de los requisitos legales en materia de consumo de las páginas web destinadas a comercio electrónico se garantiza, desarrollando campañas con acciones de control periódicas, realizadas por los servicios públicos de consumo.

CR5.4 Los incumplimientos detectados en las inspecciones de consumo a tiendas online, redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles, entre otras, se corrigen, informando a los órganos competentes en materia de consumo o judiciales, garantizando la seguridad en las compras a los consumidores y usuarios.

CR5.5 Las asociaciones y organismos públicos de atención al consumidor se asesoran, informado a los consumidores sobre sus derechos y obligaciones en materia de comercio electrónico.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos informáticos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, Smartphones equipados con soporte informático necesario y apps. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Aplicaciones informáticas: 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. Aplicaciones de grandes volúmenes de datos (Big Data) e Inteligencia Artificial (IA). Internet de las Cosas (IoT).

Productos y resultados

Actuaciones de consumo respetando la estrategia empresarial controladas. Grado de cumplimiento de las actuaciones prefijadas por la política empresarial en materia de consumo verificadas. Conclusiones y propuestas de mejora presentadas. Actuaciones de inspección y control efectuadas. Campañas de inspección de consumo a comercios online efectuadas.

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 y comercio electrónico. 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 a la clientela en la empresa física y online. 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 organizativa/funcional de la empresa/organización. Órdenes de servicio, protocolos, denuncias, reclamaciones. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa medioambiental. Normativa sobre protección de datos. Normativa sobre publicidad y comercio electrónico.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Planificar acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo

Nivel: 3

Código: UC0999_3

Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Determinar las necesidades formación, utilizando fuentes de información primaria y secundaria, para definir acciones formativas en materia de consumo.

CR1.1 Las necesidades de información y formación de consumidores, empresas y organizaciones se obtiene, analizando la problemática de consumo en el mercado, realizando encuestas, observando la normativa aplicable en la materia, entre otros.

CR1.2 Las acciones de información y formación se elaboran, analizando las necesidades detectadas, priorizando al público objetivo, determinando los contenidos y metodologías, en base a los recursos disponibles.

CR1.3 La información, requisitos y plazos de las ayudas y subvenciones ofrecidas por las administraciones que pueden constituir fuentes de financiación de las acciones de información o formación se consultan, haciendo seguimiento de las convocatorias publicadas por las distintas administraciones competentes, utilizando buscadores online, consulta telefónica, servicios de asesoramiento, entre otros.

CR1.4 La información primaria de los consumidores u organizaciones objeto de análisis se recoge, a través de entrevistas, cuestionarios, protocolos de observación, entre otros, atendiendo a la metodología elegida y a los objetivos de la acción.

CR1.5 Las acciones de asesoramiento y formación a consumidores se fijan, analizando la información proporcionada, teniendo en cuenta los resultados de las estrategias de formación planteadas con anterioridad.

RP2: Organizar acciones informativas y formativas dirigidas a consumidores, promoviendo hábitos de consumo saludables, estableciendo objetivos medibles, para garantizar la protección sus derechos.

CR2.1 Los recursos, materiales y documentos para la acción informativa o formativa: características y perfil de los destinatarios, duración, objetivos, contenidos, entre otros, se determinan, analizando las necesidades del público objetivo.

CR2.2 Las acciones de información y/o formación se estructuran, definiendo un plan específico: destinatarios, objetivos, actividades, metodología, cronograma, recursos, presupuesto, indicadores de evaluación y medios de difusión, entre otros, estableciendo las prioridades para su puesta en funcionamiento, de acuerdo con los objetivos fijados y los recursos disponibles.

CR2.3 El perfil de los expertos o colaboradores que van a asesorar e impartir las acciones de información y formación se determina, atendiendo a los objetivos, contenidos, actividades y recursos disponibles, entre otros.

CR2.4 Las acciones informativas y formativas se planifican, atendiendo al público objetivo, cronograma y presupuesto, modalidad online u offline, entre otros.

CR2.5 La participación de los destinatarios de las acciones se promueve, solicitando su inscripción y/o utilizando medios de información y comunicación: folletos, intranet e Internet, entre otros.

CR2.6 El presupuesto previo a la puesta en marcha de la acción o conjunto de acciones de información o formación se elabora, considerando variables de holgura, aplicando metodologías de seguimiento y evaluación.

RP3: Planificar acciones informativas y formativas, respetando el presupuesto asignado, para conseguir los objetivos de la organización.

CR3.1 Las gestiones organizativas para llevar a cabo las acciones informativas y formativas: llamadas, reservas de salas, alojamientos, viajes, contratos, entre otras, se realizan, asegurando la participación de los ponentes y colaboradores de la empresa o externos a ella, en las fechas y condiciones acordadas, atendiendo al presupuesto asignado.

CR3.2 Las actuaciones de difusión del plan de información o formación se gestionan, ejecutando acciones en redes sociales de la organización, correo electrónico, boletines de noticias (newsletter), notas de prensa, anuncios, entre otros, atendiendo al presupuesto asignado.

CR3.3 Los contenidos informativos/formativos de las acciones se imparten, 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 fomenta, planteando interrogantes, reflexiones, ejemplos u otros recursos didácticos y reforzando los comentarios de los asistentes a las acciones formativas.

CR3.5 Las anomalías en el desarrollo de las acciones informativas o formativas se resuelven, aplicando los procedimientos aprobados por la organización que aseguren el desarrollo y la eficacia de las mismas.

RP4: Evaluar acciones informativas y formativas, utilizando técnicas de medición de resultados, para determinar su influencia en los consumidores.

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

CR4.2 Las desviaciones entre el presupuesto aprobado y los costes reales de la acción informativa o formativa se calculan, utilizando hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de actividades y proyectos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP).

CR4.3 El informe o memoria de evaluación de las acciones informativas o formativas se elabora recogiendo, al menos, los siguientes aspectos: objetivo, desarrollo, presupuesto inicial y coste real, incidencias, grado de cumplimiento de los objetivos, resultados de la acción y su relación con las necesidades detectadas, conclusiones y recomendaciones, entre otros.

CR4.4 La memoria o informe de la acción se elabora, utilizando herramientas ofimáticas de procesamiento de textos, realización de presentaciones o infografías, respetando la imagen corporativa de la organización, teniendo en cuenta a sus destinatarios.

RP5: Planificar campañas informativas, defendiendo los derechos de los consumidores en compras online, para garantizar el consumo legal y responsable.

CR5.1 Las necesidades de información o formación para consumidores, empresas y organizaciones relacionadas con el comercio online se determinan, analizando las casuísticas del mercado, utilizando la metodología determinada por la organización y realizando estudios comparativos con otros mercados benchmarking, entre otras.

CR5.2 Las campañas orientadas al comercio online se dimensionan, considerando la cuota de mercado del canal online, teniendo un enfoque multicanal y/o de omnicanalidad.

CR5.3 Los contenidos de las acciones informativas o formativas se programan, relacionando los derechos de los consumidores con la normativa aplicable sobre publicidad y comercio electrónico, contrastando las diferencias en función del país en el que se efectúen las compras.

CR5.4 Los resultados de las acciones informativas o formativas se evalúan, comprobando el cumplimiento de los objetivos fijados por la organización y el grado de satisfacción de los participantes.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos informáticos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, Smartphones equipados con soporte informático necesario y apps. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Aplicaciones informáticas: procesadores de texto, bases de datos, hojas de cálculo, presentaciones. Aplicaciones de gestión documental. Aplicaciones de gestión de actividades y proyectos empresariales (Enterprise Resource Planning ERP). Programas informáticos de organización y gestión integral de relaciones con la clientela Customer Relationship Management CRM. Navegadores de Internet. Aplicaciones de correo electrónico. Útiles para toma de muestras. Elementos de acondicionamiento para el transporte de muestras. Aplicaciones de grandes volúmenes de datos (Big Data) e Inteligencia Artificial (IA). Internet de las Cosas (IoT).

Productos y resultados

Necesidades de información y formación determinadas. Acciones informativas y formativas dirigidas a consumidores organizadas. Acciones informativas y formativas planificadas. Acciones informativas y formativas evaluadas. Campañas informativas planificadas.

Información utilizada o generada

Portales web especializados en consumo y/o relaciones con la clientela, publicaciones, bases de datos públicas y/o 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 y consumidores. Estudios y publicaciones sectoriales. Estudios y publicaciones sobre productos/servicios. Normativa sobre protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras, servicios de atención a la clientela, relaciones comerciales, protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, publicidad y comercio electrónico, sistemas de resolución alternativa de conflictos de consumo (arbitraje y mediación), procedimientos de tramitación de reclamaciones de consumo. Inspección de consumo. Normativa sobre prevención sobre riesgos laborales. Normativa medioambiental. Normativa sobre Igualdad efectiva de mujeres y hombres.

MÓDULO FORMATIVO 1

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:	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 2

Control de actuaciones de consumo

Nivel:	3
Código:	MF0998_3
Asociado a la UC:	UC0998_3 - Controlar actuaciones de consumo
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Determinar actuaciones de consumo, estableciendo objetivos relacionados con una estrategia empresarial.

CE1.1 Enumerar objetivos de actuaciones de control de consumo, analizando la normativa aplicable, definiendo estrategias para su cumplimiento.

CE1.2 Describir acciones de control para el cumplimiento de objetivos en materia de consumo.

CE1.3 Identificar competencias y códigos de conducta en materia de consumo, diferenciando entre los procesos que garantizan los derechos de los consumidores.

CE1.4 En un supuesto práctico, en el que se requieren acciones de control y supervisión en el cumplimiento de códigos de conducta de consumidores, especificando las gestiones a realizar:

- Enumerar acciones a realizar, ordenando cronológicamente las gestiones, atendiendo a criterios de organizativos.

- Clasificar las acciones de control y la normativa de consumo aplicable, analizando la política empresarial.

- Definir objetivos del personal encargado del proceso de supervisión, las actuaciones de control, el calendario, cronograma, entre otros, garantizando el desarrollo y los tiempos de ejecución de la acción.

CE1.5 En un supuesto práctico de un proceso de reclamación, analizando códigos de conducta y guías de actuación:

- Formular una reclamación en materia de consumo, identificando los organismos de protección al consumidor competentes en la materia.

- Complimentar el impreso oficial de reclamación, relatando los hechos y el motivo de la reclamación del consumidor.

- Enumerar la documentación e información para adjuntar a la reclamación, aportando veracidad al proceso.

C2: Diseñar planes de actuación empresarial en materia de consumo, fijando objetivos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los consumidores.

CE2.1 Crear protocolos de clasificación de datos, entrevistas, formularios, documentación, entre otros, de expedientes de reclamación en materia de consumo, verificando el cumplimiento de los objetivos.

CE2.2 Definir procesos de comunicación con los consumidores afectados, aplicando estrategias de atención al consumidor.

CE2.3 Enumerar medidas que garanticen el cumplimiento de los derechos del consumidor, diferenciando entre atención presencial y online.

CE2.4 Describir procesos de auditoria procedentes de organismos de defensa de los consumidores, definiendo la finalidad de los procesos de control.

CE2.5 En un supuesto practico en el que se requiere identificar gestiones a realizar en materia de consumo por la organización: guías de actuación y supervisión, códigos de conducta que garanticen el cumplimiento de los derechos de los consumidores, entre otros:

- Formular supuestos de reclamación en materia de consumo, identificando los objetivos de actuación a seguir.
- Describir la documentación a aportar por el consumidor, clasificando los requerimientos por derecho vulnerado.
- Crear guía de actuación de control, revisando las especificaciones del protocolo, documentación de control o guía de actuación fijada en los procesos, analizando los objetivos de cumplimiento en materia de consumo.
- Establecer medidas que garanticen el cumplimiento de los derechos del consumidor, aplicando el procedimiento y normativa.

C3: Elaborar actas de control de inspección de consumo, recopilando conclusiones y propuestas de mejora recogidas en reclamaciones de consumidores.

CE3.1 Analizar las actas de control de inspección de consumo, identificando en ellas los datos de los comparecientes, lugar, fecha y hora de la acción, los hechos que la motivan de forma objetiva, entre otros.

CE3.2 Reconocer la estructura del acta de control de inspección de consumo, facilitando las consultas de información sobre su contenido.

CE3.3 Identificar irregularidades, analizando actas de control de inspección de consumo, comprobando las pruebas y documentación que las acredite.

CE3.4 Analizar el cumplimiento de las actuaciones de control de consumo planificadas, estableciendo la programación de auditorías.

CE3.5 En un supuesto practico en el que se plantea un proceso de inspección de consumo en una empresa, analizando los procedimientos a llevar a cabo:

- Identificar el objetivo del tipo de actuación a realizar: investigación, obtención de información, control y vigilancia, evaluación interna, asesoramiento e información a los agentes del mercado, entre otros.
- Interpretar las disposiciones jurídicas aplicables en materia de consumo, determinando su alcance.
- Explicar los medios y materiales necesarios identificándolos en la acción de control: documentación anexa, medios técnicos para la toma de muestras, medios electrónicos, entre otros.
- Elaborar el documento de control, especificando los departamentos de la empresa afectados, las acciones y el calendario de cumplimiento, entre otros.

C4: Analizar los resultados de campañas, de informes y de resúmenes de actas de control de inspección de consumo, para garantizar los derechos de consumidores.

CE4.1 Describir las funciones del inspector de consumo en la presentación a las partes implicadas en el procedimiento de control, explicando el motivo y la guía de actuación, los procesos a seguir en su desarrollo, plazos y fases, entre otros.

CE4.2 Identificar incumplimientos de derechos en materia de consumo detectados en las actas de inspección, analizando los plazos y el modo de subsanación.

CE4.3 Identificar en el acta de control de inspección de consumo el cumplimiento de la normativa en la toma de muestras, garantizando su identidad y transporte al laboratorio de inspección, precintando, lacrando y etiquetando las muestras con las firmas de las partes implicadas.

CE4.4 Describir los elementos mínimos del acta de control de inspección de consumo y, los distintos tipos, adecuando su uso a cada actuación, asegurando la confianza de consumidores o usuarios y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

CE4.5 En un supuesto de simulación de una actuación de control, planificando las actuaciones de inspección de consumo a llevar a cabo:

- Señalar los departamentos y áreas afectados por el proceso de inspección, motivando su elección.
- Cumplimentar la documentación de control, señalando todos los aspectos que deben observarse y utilizando las herramientas informáticas y accesos web que se aplican en estos casos, de acuerdo con la normativa reglamentaria.
- Comunicar a los afectados el objeto de la situación de control, seleccionando los medios técnicos e informáticos con los que se va a realizar la toma de muestras y su medio de transporte al centro de análisis, asegurando su traslado.
- Redactar el acta de la actuación de control cumplimentada, entregándosela a los titulares o representantes de la empresa afectada.
- Detectar en el acta de control de inspección de consumo la posibilidad de las partes de efectuar alegaciones al procedimiento de inspección, indicando los requisitos para presentar reclamaciones.

CE4.6 En un supuesto práctico en el que se requiere la elaboración un informe o acta de control en consumo, analizando las fases para llevar a cabo el procedimiento de inspección:

- Confeccionar el informe, plasmando el objetivo que se necesita conseguir.
- Demostrar agilidad en el uso de aplicaciones informáticas para su elaboración, respetando la política de protección de datos.
- Definir en el acta de control de inspección de consumo, las acciones correctoras sobre las deficiencias detectadas en dicho informe, estableciendo los plazos de subsanación de obligado cumplimiento.

C5: Determinar la finalidad de las campañas de inspección a tiendas online, analizando los informes de actuaciones y actas de inspección en materia de control de consumo online, para la subsanación de las vulneraciones de los derechos de los consumidores y usuarios.

CE5.1 Analizar las auditorías de comercio online, comprobando que los productos ofertados en páginas web cumplen los requisitos legales en materia de consumo.

CE5.2 Analizar las auditorías de comercio online, comprobando que las empresas cumplen en sus páginas web con las cláusulas contractuales: derecho de desistimiento, facturación electrónica, condiciones generales sobre protección de datos, prácticas comerciales desleales, servicio postventa, resolución de reclamaciones y quejas, entre otras.

CE5.3 Localizar las campañas de control periódicas de las páginas web destinadas al comercio electrónico, identificando el cumplimiento de los requisitos legales en materia de consumo.

CE5.4 Analizar inspecciones de consumo a tiendas online, redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles, entre otras, comprobando las irregularidades detectadas, garantizando la seguridad en sus compras a los consumidores y usuarios.

CE5.5 Determinar las funciones de las asociaciones y organismos públicos de atención al consumidor, analizando los servicios de asesoramiento en materia de comercio online.

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

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

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 Consumo, verificación de actuaciones de control y estrategia comercial

Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo y estrategias aplicables para su cumplimiento. 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. Verificación y control de actuaciones de consumo, análisis de estrategias para su cumplimiento.

2 Competencias y funcionamiento de las instituciones y organismos públicos y privados en materia de actuaciones de control de consumo

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 en sus diferentes ámbitos territoriales en la Red de Alerta Europea.

3 Sistemas de autorregulación, códigos éticos y normas de organizaciones empresariales y sectoriales

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

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. Uso de herramientas tecnológicas de información (TIC), al servicio de la Administración.

5 Implementación de sistemas de autorregulación en la empresa en el ámbito del consumo

Finalidad de la implementación de sistemas de autorregulación. La Responsabilidad Social Corporativa en materia de consumo (RSC), publicidad y fidelización de la clientela. 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 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. Uso de herramientas tecnológicas de información (TIC), al servicio de la Administración.

7 Procedimiento y actuaciones de control de consumo por parte de la administración a tiendas online

Finalidad del control de mercado en comercio electrónico. Derechos y responsabilidad de las empresas web. El control de mercado online por parte de la administración. Motivación de la actuación inspectora. Modalidades y tipos de controles de mercado online. El procedimiento administrativo de la inspección de consumo en tiendas online. Uso de herramientas tecnológicas de información (TIC), al servicio de la Administración. Asesoría de Servicios Provinciales de las comunidades autónomas, así como en las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) y en las organizaciones de personas consumidoras y usuarias sobre comercio online.

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 el control de actuaciones de consumo, que se acreditará mediante una de las 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

Planificación de acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo

Nivel:	3
Código:	MF0999_3
Asociado a la UC:	UC0999_3 - Planificar acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Diseñar acciones específicas de información y formación, interpretando las necesidades de los consumidores, empresas y organizaciones, analizando fuentes de información primaria y secundaria.

CE1.1 Distinguir entre fuentes primarias y secundarias de detección de necesidades informativas de formación en materia de consumo, analizando el público objetivo.

CE1.2 Diseñar acciones de información y formación, analizando necesidades del público objetivo, determinando los contenidos y metodologías a utilizar.

CE1.3 En un supuesto práctico en el que se describen situaciones de gestión de compras, ventas y servicio postventa de bienes y servicios ofrecidos a consumidores, detectando necesidades de información o formación:

- Identificar necesidades de formación en materia de consumo, analizando la normativa aplicable.
- Diferenciar prioridades de información y formación para el público objetivo, haciendo seguimiento de las convocatorias publicadas por las administraciones competentes.
- Elaborar programas formativos sobre derechos de los consumidores, definiendo estrategias de información y comunicación.

CE1.4 En un supuesto práctico en el que se presentan convocatorias de ayudas y subvenciones para acciones de información o formación en materia de consumo, analizando, requisitos de presentación, plazos, cuantías, entre otros:

- Identificar al público objetivo, segmentando según las necesidades formación detectadas.
- Determinar prioridades de información y formación, temporalizando las acciones a llevar a cabo.
- Cumplimentar un formulario de solicitud de subvención para acciones de información o formación, detectando las necesidades formativas.

C2: Programar acciones informativas y formativas en materia de consumo, estableciendo objetivos medibles, aplicando indicadores de medición Key Performance Indicators (KPI).

CE2.1 Planificar acciones de información y formación a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones en materia de consumo, determinando su duración, objetivos, contenidos y destinatarios.

CE2.2 Analizar técnicas y metodologías pedagógicas de aplicación en acciones informativas y formativas, atendiendo a la tipología de consumidores.

CE2.3 Diseñar un cronograma de ejecución de acciones de información y formación, temporalizando las actividades a llevar a cabo.

CE2.4 Estimar el impacto de las acciones de información y formación en materia de consumo, determinando el perfil de los formadores.

CE2.5 En un supuesto práctico de planificación de acciones de formación en materia de consumo en el que se requiere elaborar una breve memoria, recabando información sobre las acciones a llevar a cabo susceptibles de subvención pública:

- Identificar al público objetivo de la acción, diseñando el plan formativo definiendo temática, metodología, recursos didácticos, modalidad (on/off line), entre otros.
- Establecer los objetivos, cronograma, presupuesto, indicadores de evaluación, entre otros, definiendo la metodología.
- Definir perfil de los docentes, definiendo el programa formativo.
- Diseñar folletos informativos de la acción formativa, utilizando nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- Elaborar una memoria del proyecto, utilizando herramientas informáticas ad hoc y otros recursos digitales.

CE2.6 Elaborar el presupuesto para la puesta en marcha de la acción formativa, aplicando metodologías de seguimiento y evaluación presupuestaria.

C3: Aplicar técnicas de liderazgo, diseñando acciones de información y formación dirigidas a grupos de consumidores.

CE3.1 Determinar las gestiones administrativas para llevar a cabo acciones informativas y formativas, incluyendo reservas de espacios, participación de ponentes y presupuesto.

CE3.2 Analizar los medios de difusión de los planes de información y formación a consumidores: redes sociales, correo electrónico, boletines de noticias (newsletter), entre otras, comparando sus costes, atendiendo al presupuesto fijado.

CE3.3 Elaborar materiales y recursos didácticos para desarrollar acciones informativas y formativas a consumidores: anuncios, folletos, cartelería, contenido web, entre otros, utilizando aplicaciones informáticas.

CE3.4 En un supuesto práctico de ejecución de acciones informativas y formativas en materia de consumo, aplicando estrategias organizativas:

- Identificar el colectivo diana de la acción, segmentando el mercado.
- Proponer el perfil profesional de los ponentes, seleccionando su formación y experiencia acorde con la acción informativa y formativa.
- Elaborar materiales publicitarios de promoción de acciones informativas o formativas en materia de consumo, utilizando aplicaciones informáticas, medios digitales y redes sociales.

CE3.5 Analizar la problemática que puede surgir en la realización de acciones informativas y formativas, proponiendo protocolos de control.

C4: Planificar acciones de evaluación de la calidad y eficacia de acciones informativas y formativas a consumidores, utilizando técnicas de medición de resultados.

CE4.1 Definir los objetivos de evaluación de acciones informativas o formativas, cumpliendo estándares de calidad.

CE4.2 Aplicar técnicas de evaluación de resultados, midiendo el grado de eficacia de una acción de información o formación a consumidores, empresas y organizaciones.

CE4.3 Calcular desviaciones entre el presupuesto proyectado y ejecutado en el desarrollo de la actividad, utilizando aplicaciones informáticas.

CE4.4 En un supuesto práctico de evaluación de acciones informativas y formativas en materia de consumo, aplicando técnicas de medición de la calidad:

- Identificar los contenidos mínimos que integran un informe o memoria de resultados, utilizando herramientas informáticas.
- Elaborar un informe o memoria de resultados, evaluando la eficacia de la acción informativa o formativa.
- Determinar incidencias o fallos en la ejecución de la acción, aplicando técnicas de mejora continua.

C5: Elaborar campañas informativas para consumidores, utilizando aplicaciones informáticas, garantizando el consumo legal y responsable.

CE5.1 Diferenciar los modelos de venta online: empresa a empresa (Business to Business B2B), empresa a consumidor (Business to Consumer B2C), Empresa a Administración (Business to Administration B2A); Consumidor a Consumidor (Consumer to Consumer C2C), identificando las necesidades de formación de los consumidores.

CE5.2 Identificar la importancia de la venta online dentro de las organizaciones, relacionando cuotas de mercado con dimensión de las acciones, aplicando un enfoque multicanal y/o de omnicanalidad.

CE5.3 En un supuesto práctico de preparación de una acción informativa o formativa sobre derechos de los consumidores en compras online, estableciendo objetivos para llevarla a cabo:

- Identificar el segmento de mercado al que se dirige la acción: tercera edad, jóvenes y adolescentes, personal de la administración, organizaciones empresariales, personal de atención a la clientela de organizaciones de venta, entre otros, configurando los recursos y materiales didácticos que faciliten la asimilación de los contenidos.
- Identificar la normativa aplicable sobre publicidad y comercio electrónico en función del país de compra, analizando los derechos de los consumidores.
- Definir la metodología, los medios y el presupuesto de ejecución de la acción, utilizando herramientas informáticas.

CE5.4 Determinar técnicas de evaluación de resultados, midiendo el grado de eficacia de una acción de información/formación a consumidores, analizando el grado de satisfacción de los participantes.

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

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

Otras Capacidades:

Favorecer el desarrollo profesional y personal en el equipo de trabajo.

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

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo.

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.

Respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral.

Contenidos

1 Hábitos de consumo

Evolución de los hábitos de consumo y de los medios de pago. Modelos de comportamiento del consumidor. Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto. La responsabilidad social corporativa en materia de consumo (RSC): la fidelización y satisfacción del consumidor. Evolución de los hábitos de consumo en tienda física y online. Nuevas plataformas de compra E-commerce. Modelos de negocio online. Prescriptores (influencers).

2 Análisis del comportamiento del consumidor

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. El derecho de desistimiento. Sistemas de autorregulación en la publicidad y política de comunicación de la empresa con la clientela: información veraz, cierta y transparente del uso y consumo de los productos y/o servicios. Venta a distancia y Comercio electrónico: características y problemas en el ámbito de los consumidores. La protección de los derechos de los consumidores: Reclamaciones y medios de resolución alternativa de conflictos.

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. Fomento de la igualdad en el desarrollo de campañas publicitarias.

4 Organización, gestión y evaluación de acciones de información y formación en materia de consumo a consumidores

Determinación de necesidades informativas y 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. 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. Indicadores de medición de las acciones Key Performance Indicators (KPI). Análisis del grado de satisfacción de las acciones por parte de los consumidores.

5 Técnicas de comunicación en actividades de información y 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. Comunicación online. Metodología para impartir cursos online. Video marketing. Redes sociales de video marketing.

6 Preparación contenido online en materia de información y formación en consumo

Tipos de contenidos: Presentaciones, píldoras informativas/formativas, infografías, podcast, webinars, videos, entre otros. Estructura de los contenidos. Aplicaciones y "software" específico para la elaboración de contenidos. Publicación del contenido en páginas web. Publicidad online. Imagen real y bancos de imágenes: los derechos de propiedad intelectual.

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 planificación de acciones de información y/o formación a consumidores en materia de consumo que se acreditará mediante una de las 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.