

### III. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m <sup>2</sup> 15 alumnos	Superficie m <sup>2</sup> 25 alumnos
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	X	X	X	X

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales.</li> <li>- PCs instalados en red, cañón con proyección e internet.</li> <li>- Software específico de la especialidad.</li> <li>- Pizarras para escribir con rotulador.</li> <li>- Rotafolios.</li> <li>- Material de aula.</li> <li>- Mesa y silla para el formador.</li> <li>- Mesa y sillas para alumnos.</li> <li>- 1 Proyector.</li> <li>- Programas informáticos para el aprendizaje de un idioma.</li> <li>- Reproductores y grabadores de sonido.</li> <li>- Diccionarios bilingües.</li> </ul>

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

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

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

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

### ANEXO IV

#### I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Denominación:** ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO.

**Código:** COMT0110

**Familia profesional:** Comercio y Marketing.

**Área profesional:** Compraventa.

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Cualificación profesional de referencia:**

COM087\_3 Atención al cliente, consumidor o usuario (RD 295/2004 y modificaciones publicadas en RD109/2008 de 1 de febrero).

**Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:**

UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

UC0245\_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario.

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

UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

**Competencia general:**

Gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

**Entorno profesional:**

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad en todos los sectores productivos en el área de información y orientación al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en departamentos de atención al cliente.

Sectores productivos:

Los principales subsectores donde puede desarrollar su actividad son:

-Sector Privado:

Asociaciones de consumidores, cooperativas de consumo, empresas industriales, empresas de servicios, empresas comerciales.

- Sector Público:

Administración Central, Autonómica y Local.

En general, en organismos públicos y empresas grandes y medianas industriales y comerciales dentro del departamento de atención al consumidor/ cliente de bienes y servicios.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

4411.1018 Encargados/as del área de atención al cliente en comercios.

4500.1019 Empleados/as administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes

3160.1018 Técnicos/as en consumo

Técnico/a de información/atención al cliente en empresas.

Técnico/a en consumo de las oficinas de información al consumidor de las Administraciones Públicas.

Técnico/a en consumo en los organismos públicos y privados de defensa de los consumidores.

Técnico/a en consumo de las cooperativas de consumo.

**Duración de la formación asociada:** 460 horas

**Relación de módulos formativos y de unidades formativas:**

MF0241\_2: (Transversal) Información y atención al cliente/consumidor/usuario (120 horas)

- UF0036: Gestión de la atención al cliente / consumidor (60 horas)
- UF0037: Técnicas de información y atención al cliente / consumidor (60 horas)

MF0245\_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo (90 horas)

MF0246\_3: Organización de un sistema de información de consumo (120 horas)

- UF1755: Sistemas de información y bases de datos en consumo (60 horas)
- UF1756: Documentación e informes en consumo (60 horas)

MF1002\_2: (Transversal) Inglés profesional para actividades comerciales (90 horas)

MP0374: Módulo de prácticas profesionales no laborales de atención al cliente, consumidor o usuario (40 horas)

## II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

### UNIDAD DE COMPETENCIA 1

**Denominación:** EJECUTAR LAS ACCIONES DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO

**Nivel:** 2

**Código:** UC0241\_2

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Proporcionar directa, telefónicamente o por medios electrónicos, la información requerida por el cliente/consumidor/usuario en cada una de las consultas realizadas, de acuerdo con el contexto específico de que se trate.

CR1.1 En el saludo al cliente se aplican fórmulas de cortesía, se atiende al tratamiento protocolario y se respetan las normas internas de atención al cliente en función del canal de comunicación empleado.

CR1.2 Los datos personales del cliente se solicitan para acceder, en su caso, a la información disponible sobre el mismo en la herramienta de gestión de relación con clientes (CRM).

CR1.3 Ante una petición de información, se solicita al interlocutor el tiempo preciso para poder otorgar la respuesta correcta si ésta no se conociera, evitándose las esperas innecesarias.

CR1.4 Del interlocutor se recaba la suficiente información que permita gestionar personalmente la petición que realiza, o canalizar ésta al departamento correspondiente.

CR1.5 La información que se ha de otorgar al interlocutor se recaba acudiendo a las herramientas de soporte al Servicio de Atención al Cliente (manuales, Intranet u otras), al superior, al departamento correspondiente u otras fuentes, de forma ágil y demostrando seguridad.

CR1.6 Al cliente se asesora con claridad y exactitud, empleando las herramientas de comunicación *on line/off line*, si estuvieran disponibles.

CR1.7 La información se proporciona al interlocutor con inmediatez y otorgando las explicaciones precisas para se interprete correctamente el mensaje.

CR1.8 La información es proporcionada demostrando habilidades en comunicación (escucha activa, *feed back*, claridad, concreción u otras).

CR1.9 Las normas de seguridad y confidencialidad se respetan en todas las comunicaciones.

RP2: Gestionar un sistema de información que optimice el coste y tiempo de tratamiento y acceso a la misma de acuerdo con las especificaciones establecidas.

CR2.1 Se cumplimentan los formularios de registro de entradas de información con las reseñas que se consideran mínimas para identificar las características esenciales de la consulta: nº de registro, fecha de entrada, nombre del cliente y asunto, utilizando, en su caso, de las herramientas de gestión de la relación con el cliente (CRM).

CR2.2 Todas las consultas, peticiones, incidencias, respuestas y reclamaciones se registran manualmente o por procedimientos informáticos aplicando técnicas de archivo, organizándolas por orden de entrada para atender a las mismas, por orden cronológico y/o por otros criterios establecidos.

CR2.3 Del sistema de información definido se verifica que cumple con los requerimientos informativos establecidos por el departamento.

CR2.4 Las actuaciones de gestión del sistema de información se definen integrándose y adaptándose a un equipo, colaborando o cumpliendo las órdenes según los casos.

CR2.5 Los métodos de búsqueda en archivos propios y en la red y las consultas internas o externas de bases de datos son aplicados con eficiencia.

CR2.6 Las bases de datos de la empresa se actualizan de acuerdo con lo establecido y respetando la legislación referente a la protección de datos y a las normas internas.

CR2.7 La permanencia de la información se asegura mediante copia en disco de seguridad y respetando las normas de conservación de los soportes.

CR2.8 Las herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) se manejan de acuerdo con las especificaciones recibidas.

RP3: Intervenir en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado por la empresa, analizando necesidades y grado de satisfacción de las misma.

CR3.1 Los defectos detectados en productos / servicios se transmiten al departamento correspondiente para mejorar su calidad.

CR3.2 La información registrada y archivada (consultas, peticiones, incidencias y reclamaciones) se compara con las necesidades de los clientes para detectar posibles modificaciones en el nivel de servicio prestado.

CR3.3 Las propuestas y conclusiones se presentan a través de informes, sobre la satisfacción de los clientes y sus necesidades, sugiriendo medidas que puedan optimizar la calidad del servicio prestado utilizando, en su caso, las herramientas informáticas para realizar presentaciones.

CR3.4 Las actuaciones de gestión de la calidad del servicio se definen integrándose y adaptándose a un equipo, colaborando o cumpliendo las órdenes según los casos.

#### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción**

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Programas (entornos de usuario): procesadores de texto, bases de datos, hojas de cálculo, programas de gestión de relación con clientes (CRM). Navegadores de

Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Equipos de videoconferencia. Fax.  
Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información.

### Productos y resultados

Comunicaciones fluidas tanto internas como externas. Transmisión óptima de la imagen de la empresa/organización. Información y asesoramiento a los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Aplicación correcta del protocolo e interpretación de mensajes orales y escritos. Desarrollo y aplicación de habilidades sociales y de comunicación. Bases de datos y documentos en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. Control de calidad del servicio prestado.

### Información utilizada o generada

Publicaciones, bases de datos, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Organigramas de la empresa. Información técnica y de uso o consumo del producto o servicio que se comercializa. Ley Orgánica de protección de datos. Ley de servicios de la sociedad de la información. Ley de Condiciones Generales de la Contratación. Revistas especializadas. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Información de organismos oficiales (Cámaras de Comercio, Asociaciones...). Medios de comunicación. Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios. Leyes autonómicas de protección al consumidor.

### UNIDAD DE COMPETENCIA 2

**Denominación:** GESTIONAR LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO

**Nivel:** 3

**Código:** UC0245\_3

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Identificar adecuadamente la consulta, queja o reclamación del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo para deducir líneas de actuación.

CR1.1 Al iniciar la relación presencial, telefónica o telemática, con el cliente/consumidor/usuario, se identifica de forma adecuada (identificación personal y de la empresa).

CR1.2 La actitud que se adopta es correcta: modos amables, interés por el interlocutor y su petición.

CR1.3 La petición se atiende con diligencia.

CR1.4 Los hechos se ordenan cronológicamente y se determinan las partes intervinientes, obteniendo una idea general del objeto de la consulta, queja o reclamación.

CR1.5 En los aspectos puntuales del relato se identifican y valoran los siguientes elementos, concretando el contexto que rodea la situación expuesta por el solicitante:

- Las lagunas existentes.
- Los criterios y elementos subjetivos del mismo introducidos por el cliente/consumidor o usuario.
- El objetivo del consumidor detectando si desea información o presentar denuncia/reclamación.

CR1.6 Para la adopción de las medidas que se requieran en el procedimiento establecido, se deduce si la respuesta puede ser inmediata, aplazada o si es conveniente que el consumidor presente denuncia o reclamación.

RP2: Informar/orientar al consumidor de los derechos y posibles mecanismos y/o soluciones de mediación/arbitraje, a su nivel, en relación con el problema/consulta planteado de acuerdo con especificaciones establecidas y la normativa vigente.

CR2.1 Cuando las consultas son complejas y requieren la búsqueda de información/solución, se posponen las respuestas aplicando un criterio de prudencia y adoptando una actitud correcta.

CR2.2 En la cumplimentación de las hojas de reclamaciones se orienta al consumidor/usuario para que exprese claramente su problema.

CR2.3 En la información que se suministra al consumidor, se especifican adecuadamente, los mecanismos de mediación/arbitraje y los documentos necesarios que ha de presentar para la tramitación y verificación del fundamento de la reclamación/consulta (facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos, etc...).

CR2.4 Ante la consulta planteada se identifica la fuente de información más fiable y se obtienen los datos necesarios por medios convencionales o electrónicos, cumpliendo los procedimientos establecidos, para su resolución.

CR2.5 La respuesta a la consulta planteada se elabora, en su caso, describiendo clara y ordenadamente posibles situaciones y vías de actuación.

CR2.6 La solución a la consulta planteada se transmite al cliente/consumidor/usuario mediante cita, correo postal, teléfono o a través de medios electrónicos, en tiempo y forma establecidos.

RP3: Tramitar quejas y reclamaciones hacia los departamentos de empresa y/o entidades y organismos correspondientes, de modo que el objetivo o interés del consumidor en la resolución del conflicto sea satisfecho.

CR3.1 En la ejecución del plan de actuación previamente establecido por la empresa/organización se determinan las prioridades de forma conjunta con el equipo profesional, en función de la complejidad del problema y de acuerdo con las pautas establecidas.

CR3.2 Los departamentos de empresa, organismos, instituciones y/o instancias con competencias para resolver el problema se identifican adecuadamente.

CR3.3 Las reclamaciones se presentan en tiempo, forma y contenido siguiendo el procedimiento administrativo establecido por la ley y/o, en su caso, por la organización y/o empresa, utilizando medios convencionales o electrónicos.

CR3.4 La recepción correcta y tratamiento de la reclamación, se verifican con el departamento de empresa / organismo ante la que se ha presentado.

RP 4: Controlar el proceso de reclamación para detectar anomalías o retrasos.

CR4.1 El seguimiento de la reclamación tramitada ante organismos/empresas se realiza obteniendo información de la fase en que se encuentra y adoptando, en su caso, medidas en el momento preciso.

CR4.2 De las respuestas se verifica que llegan en forma y plazo establecidos.

CR4.3 A su nivel, se informa/orienta al reclamante de cada actuación y resultado obtenido, ya sea de forma oral, y/o escrita, y/o por medios electrónicos, señalando las posibles opciones a decidir por parte del cliente/consumidor/usuario.

CR4.4 La información recogida se organiza y procesa, aplicando técnicas de archivo, técnicas estadísticas y en su caso, de tratamiento informático de la información para facilitar el análisis posterior de los datos.

## 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 (CRM). 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**

Información y asesoramiento en materia de consumo a los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Asesoramiento de reclamaciones y denuncias de los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Principales causas de quejas o reclamaciones.

### **Información utilizada o generada**

Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, información, denuncias y quejas. Legislación específica en consumo. Ley de procedimiento administrativo. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos). Listado e información sobre organismos e instituciones competentes en materia de consumo. Legislación/información específica en comercio y/o aplicable a su sector de actividad.

### **UNIDAD DE COMPETENCIA 3**

**Denominación:** OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

**Nivel:** 3

**Código:** UC0246\_3

### **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 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 4

**Denominación:** COMUNICARSE EN INGLÉS CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN ACTIVIDADES COMERCIALES

**Nivel:** 2

**Código:** UC1002\_2

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información oral en inglés para atender y satisfacer las necesidades/reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

CR1.1 Las necesidades del cliente se interpretan de conversaciones y entrevistas, presenciales o a distancia, en lenguaje estándar contrastando la información recibida con el cliente/consumidor/usuario.

CR1.2 Los detalles relevantes para la satisfacción de las necesidades del cliente/consumidor/usuario: características del producto, precio, condiciones de pago y transporte se extraen de manera suficiente, requiriendo, en su caso, las aclaraciones necesarias para su completa comprensión.

CR1.3 Las instrucciones orales, en lengua estándar, de uso de productos o trabajo, claras y breves se interpretan con facilidad.

CR1.4 La información relevante, en una reclamación comercial oral, se interpreta con facilidad para canalizar su resolución a su nivel de responsabilidad.

RP2: Interpretar información escrita, breve y estructurada, de documentos comerciales básicos, utilizando en caso necesario, el diccionario o herramientas de traducción.

CR2.1 Los datos e información de documentos comerciales básicos, pedidos, facturas y/o medios de pago entre otros, se interpretan de manera suficiente para atender y satisfacer al cliente/consumidor/usuario buscando en el diccionario los términos desconocidos para su completa comprensión.

CR2.2 Los textos, breves y estructurados, de normativa de comercio y consumo, uso de productos o trabajo se interpretan con facilidad requiriendo, en caso necesario, pequeñas consultas o aclaraciones para su completa comprensión.

CR2.3 Las líneas argumentales y puntos esenciales de artículos, textos y/o correspondencia comercial relativas a la actividad comercial se extraen con facilidad, tras una lectura rápida.

CR2.4 La información contenida en argumentarios -tipo de venta/atención a clientes se interpreta de manera suficiente buscando en el diccionario los términos desconocidos para su completa comprensión.

RP3: Expresarse oralmente con naturalidad favoreciendo las relaciones con el cliente en situaciones de comunicación presencial o a distancia.

CR3.1 El mensaje oral, presencial o a distancia, se realiza de forma cordial, natural y con detalle suficiente para responder a las necesidades del cliente/consumidor/usuario.

CR3.2 El contenido del discurso oral se realiza adecuándolo a las condiciones socioculturales del interlocutor aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 Los mensajes orales se adaptan al canal de comunicación, presencial o a distancia, para garantizar la correcta transmisión del mismo.

CR3.4 Los argumentos u opciones de resolución, en diferentes situaciones profesionales comerciales de venta y/o reclamación se exponen con recursos lingüísticos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y claro

RP4: Redactar mensajes escritos sencillos y documentos básicos propios de las actividades comerciales utilizando las herramientas de traducción que procedan.

CR4.1 La terminología de la documentación comercial básica sencilla se identifican ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica y en caso necesario utilizando las herramientas idóneas para su interpretación.

CR4.2 La documentación básica en las actividades de relación con clientes y consumidores: cartas comerciales, faxes, correos electrónicos, facturas, hojas de reclamaciones y medios de pago se cumplimenta en lenguaje estándar conforme a la terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento.

CR4.3 La correspondencia y mensajes de comunicación escrita se redactan de acuerdo al registro formal e informal y usos habituales en el medio o canal de comunicación utilizado con el cliente o consumidor, *Internet*, correo, *sms* entre otros.

CR4.4 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas se emplea con propiedad en faxes, foros *online*, *chats*, *sms*, entre otros, de forma que se agilice y favorezcan las relaciones con el cliente/consumidor/usuario.

RP5: Comunicarse oralmente, con fluidez y espontaneidad, en situaciones de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor/usuario.

CR5.1 La entrevista/consulta con un cliente/consumidor se realiza con desenvoltura manejando las preguntas y objeciones sin problemas solicitando en caso necesario la ampliación de información necesaria para su comprensión exacta.

CR5.2 Las conversaciones informales de diversa índole tratando experiencias personales, emociones, intereses, acontecimientos de actualidad y otros, se desarrollan con fluidez favoreciendo la interacción con el interlocutor invitándole a participar y amenizando la conversación.

CR5.3 En contextos profesionales de reclamaciones, se interactúa con el cliente o consumidor con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, confirmando y contrastando la información e improvisando preguntas sobre los aspectos necesarios.

CR5.4 El lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales del cliente o consumidor en las comunicaciones orales presenciales, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Redes locales, *intranet* e *Internet*. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas de entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Material y mobiliario de tienda.

### Productos y resultados

Comunicaciones en inglés con clientes. Venta de productos/servicios. Documentación comercial básica en inglés. Complimentación de hojas de reclamación en inglés. Resolución de quejas con consumidores angloparlantes. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes o consumidores.

### Información utilizada o generada

Documentación comercial. Argumentarios de venta en inglés. Hojas de reclamaciones. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios bilingües, de sinónimos y antónimos.

## III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

### MÓDULO FORMATIVO 1

**Denominación:** INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

**Código:** MF0241\_2

**Nivel de cualificación profesional:** 2

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

**Duración:** 120 horas

### UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

**Código:** UF0036

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3 en relación a la caracterización del servicio de atención y obtención de información para medir la calidad y satisfacción del cliente.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada.

CE1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa.

CE1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en función de los objetivos y características de la empresa / organización.

CE1.3 A partir de las características analizadas de una empresa y unos criterios definidos previamente por la misma, proceder a confeccionar el organigrama más adecuado para la empresa/organización.

CE1.4 Describir las funciones del departamento de atención al cliente en diferentes tipos de empresas/organizaciones y su función en el proceso de calidad.

CE1.5 A partir de las características de una empresa relacionadas con su clientela, proveedores, posicionamiento y otros aspectos.: distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

C2: Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.

CE2.1 Describir incidencias más comunes que pueden originarse en la prestación del servicio de una empresa/organización.

CE2.2 Describir métodos utilizados habitualmente para evaluar la calidad del servicio prestado por una empresa / organización.

CE2.3 Identificar condiciones idóneas de la prestación del servicio de la empresa/organización.

CE2.4 Identificar procedimientos de transmisión de información dentro de la empresa/organización.

CE2.5 A partir de unos datos de clientes y unas necesidades definidas:

– Analizar y sintetizar la información suministrada.

– Confeccionar un informe, de acuerdo a una estructura definida, y de manera que la presentación sea clara, ordenada en su exposición y concisa.

CE2.6 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado donde se produce un fallo en el producto y/o servicio:

– Identificar el departamento /persona responsable de dar solución a la situación creada en el caso de superar sus límites de actuación.

– Elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara la situación detectada, conclusiones y alternativas que puedan suponer una mejora utilizando las herramientas de gestión e informáticas disponibles en la empresa.

### Contenidos

#### 1. Procesos de atención al cliente/consumidor/usuario

– Concepto y características de la función de atención al cliente:

▫ Empresas fabricantes.

▫ Empresas distribuidoras.

▫ Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.

▫ El defensor del cliente: pautas y tendencias.

- Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
    - Organización funcional de las empresas: Organigrama
    - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
  - Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
    - Naturaleza.
    - Efectos.
    - Normativa: productos y ámbitos regulados.
  - El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
    - Marketing relacional.
    - Relaciones con clientes.
    - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
    - Obtención y recogida de información del cliente.
  - Variables que influyen en la atención al cliente:
    - Posicionamiento e imagen.
    - Relaciones públicas.
  - La información suministrada por el cliente.
    - Análisis comparativo.
    - Naturaleza de la información.
    - Cuestionarios.
    - Satisfacción del cliente.
    - Averías.
    - Reclamaciones.
  - Documentación implicada en la atención al cliente.
  - Servicio Postventa.
- 2. Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario**
- Procesos de calidad en la empresa.
  - Concepto y características de la calidad de servicio.
    - Importancia.
    - Objeto.
    - Calidad y satisfacción del cliente.
  - Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
    - Elementos de control.
    - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
    - Medidas correctoras.
- 3. Aspectos legales en relación con la atención al cliente/consumidor/usuario**
- Ordenación del Comercio Minorista:
    - Contenido
    - Implicaciones en la atención a clientes.
  - Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
    - Contenido.
    - Implicaciones.
  - Protección de Datos:
    - Contenido
    - Implicaciones en las relaciones con clientes.
  - Protección al consumidor:
    - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
    - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

## UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/USUARIO

**Código:** UF0037

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3 en relación a la aplicación de sistemas de comunicación y gestión en las relaciones y atención al cliente/consumidor/usuario.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al cliente.

CE1.1 Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

CE1.2 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

CE1.4 Relacionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación no verbal.

CE1.5 Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

CE1.6 A partir de la simulación de una situación de atención al cliente, convenientemente caracterizada:

- Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.
- Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

CE1.7 A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:

- Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo/empresa de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE1.8 Dado un tema concreto para exponer:

- Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores

CE1.9 En una supuesta conversación telefónica con un cliente, convenientemente caracterizada:

- Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.
- Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

CE1.10 En una supuesta consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente se procede a contestar por este medio:

- Identificarse e identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
- Adaptar su actitud a la consulta recibida, teniendo en cuenta la situación de la que se parte.  
Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas para la correcta contestación de la consulta practicada.
- Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

C2: Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.

CE2.1 Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.

CE2.2 Explicar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa/organización.

CE2.3 A partir de datos e información proporcionada aplicar las técnicas de archivo manuales más utilizadas.

CE2.4 A partir de un supuesto práctico y mediante la aplicación de un programa informático para el tratamiento y organización de la información utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

CE2.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado registrar las incidencias, respuestas y reclamaciones producidas utilizando las herramientas manuales o informáticas proporcionadas.

CE2.6 Diseñar un documento de recogida de información suministrada por los clientes en su relación con una empresa tipo.

C3: Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

CE3.1 Identificar y explicar la función de una base de datos.

CE3.2 Dado un supuesto, identificar los campos que serían necesarios contemplar en una base de datos.

CE3.3 Identificar los aspectos principales en los que inciden, la legislación vigente en relación con la organización de datos de carácter personal (Ley Orgánica de Protección de Datos LOPD, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información LSSI).

CE3.4 Acceder a la información almacenada a través de los procedimientos definidos.

CE3.5 A partir de supuestos prácticos, convenientemente definidos:

- Diseñar una base de datos/ formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes.
- Registrar información en la base de datos utilizando las funciones, procedimientos y herramientas que están a disposición del usuario.
- Cumplimentar formularios.
- Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.

CE3.6 Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

## Contenidos

1. **Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor/usuario**
  - Información del cliente:
    - Quejas.
    - Reclamaciones.
    - Cuestionarios de satisfacción.
  - Archivo y registro de la información del cliente:
    - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
    - Elaboración de ficheros.
  - Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
  - Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
    - Estructura y funciones de una base de datos.
    - Tipos de bases de datos.
    - Bases de datos documentales.
    - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
    - Grabación, modificación y borrado de información.
    - Consulta de información.
  - Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
    - Procedimientos de protección de datos.
  - Confección y presentación de informes.
2. **Técnicas de comunicación a clientes/consumidores/usuarios**
  - Modelo de comunicación interpersonal:
    - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
    - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
    - Comunicación presencial y no presencial.
  - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
  - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
  - Expresión verbal:
    - Calidad de la información.
    - Formas de presentación.
    - Expresión oral: dicción y entonación.
  - Comunicación no verbal
    - Comunicación corporal.
  - Empatía y asertividad:
    - Principios básicos
    - Escucha activa.
  - Comunicación no presencial:
    - Características y tipología.
    - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
    - Expresión verbal a través del teléfono.
    - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
    - Reglas de la comunicación telefónica.
    - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
  - Comunicación escrita:
    - Cartas.
    - Faxes.
    - Correo electrónico: elementos clave.
    - Mensajería instantánea: características.
    - Comunicación en las redes (*Intranet/Internet*).



**Orientaciones metodológicas**

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 - UF0036	60	60
Unidad formativa 2 - UF0037	60	50

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

**Criterios de acceso para los alumnos**

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

**MÓDULO FORMATIVO 2**

**Denominación:** GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

**Código:** MF0245\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0245\_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

**Duración:** 90 horas

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Analizar consultas/quejas/reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y/o los organismos competentes.

CE1.1 Enumerar las principales instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor y explicar su competencia.

CE1.2 Describir las funciones del departamento de atención al consumidor en empresas industriales y comerciales.

CE1.3 Describir las consultas, quejas y reclamaciones más habituales que presenta un consumidor.

CE1.4 Identificar las fuentes de información más fiables que se utilizan en la función de orientación en consumo.

CE1.5 Identificar los documentos que normalmente se utilizan en la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

CE1.6 A partir de un supuesto práctico de petición de información por un consumidor/usuario en materia de consumo convenientemente caracterizado y con unos procedimientos definidos:

– Interpretar la petición de información.

- Identificar y localizar la información que hay que suministrar.
- Confeccionar correctamente un escrito de respuesta, utilizando, en su caso, medios electrónicos u otros canales de comunicación.

CE1.7 En diferentes supuestos debidamente caracterizados en los que se simulan situaciones de atención al cliente explicitadas en forma de consultas / quejas /reclamaciones:

- Manifestar interés por satisfacer y atender eficazmente la demanda concreta.
- Analizar el comportamiento del cliente/consumidor/usuario y caracterizarlo.
- Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.
- Mostrar rigor en el manejo de fuentes de información y en la elaboración/ cumplimentación de escritos.

CE1.8 Identificar la legislación vigente, los cambios que se producen en el campo legal y las consecuencias derivadas en su aplicación.

C2: Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.

CE2.1 Definir el concepto de mediación y el concepto de arbitraje y explicar las diferencias sustanciales entre ambos.

CE2.2 Definir las figuras que intervienen en un proceso de arbitraje y las funciones de cada una de ellas.

CE2.3 Explicar la forma de iniciar un proceso de mediación/arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales para su resolución.

CE2.4 Describir el concepto de laudo arbitral y la forma y plazos de su dictamen.

CE2.5 Describir los principales aspectos que se han de tener en cuenta en la confección de un acta de mediación.

CE2.6 Dado un supuesto de reclamación de un consumidor convenientemente caracterizado en el que se ha decidido el procedimiento de arbitraje para dar solución al conflicto:

- Confeccionar correctamente la convocatoria al acto de mediación/arbitraje.
- Indicar tiempo y forma en el que se tiene que enviar.

CE2.7 En la simulación de un acto de mediación convenientemente caracterizado:

- Identificar el objetivo del acto.
- Analizar la situación y desarrollo del acto, sintetizando la información obtenida y deduciendo lo esencial de la actividad.
- Aplicar técnicas de negociación adecuadas a la situación definida y al interlocutor
- Redactar de manera clara objetiva y concisa el acto y el consenso alcanzado.

C3: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/ información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos.

CE3.1 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de mediación de reclamaciones en función del canal (oral, escrito o medios electrónicos).

CE3.2 En una situación de simulación de una queja/reclamación, debidamente caracterizada en función de una tipología de clientes/consumidores/usuarios y de la aplicación de las técnicas de comunicación:

- Identificar los elementos de la queja/reclamación.
- Argumentar las posibles vías de solución, según el tipo de situación y consumidor, y creando un clima de confianza con él.
- Utilizar adecuadamente la escucha activa y las técnicas de asertividad.
- Orientar sobre los mecanismos extrajudiciales posibles.
- Identificar, de acuerdo con las reclamaciones, con qué departamento/s de la empresa y/u organismos se realizarían las gestiones, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

- Redactar los documentos necesarios para el inicio de los trámites de resolución, siguiendo los procedimientos establecidos.

C4: Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.

CE4.1 Identificar y definir las técnicas de negociación más utilizadas para solucionar reclamaciones presentadas en los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario.

CE4.2 Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación.

CE4.3 Distinguir los aspectos o cláusulas que figuran en un contrato de compraventa de un producto/servicio susceptibles de negociación y las que no lo son.

CE4.4 En la simulación de una entrevista con un consumidor convenientemente caracterizada y establecida para negociar determinados aspectos de una reclamación:

- Definir un plan de negociación.
- Establecer las fases que se deben seguir.
- Identificar los aspectos que hay que negociar y negociarlos.

CE4.5 A partir de supuestos prácticos de simulación, caracterizados adecuadamente sobre situaciones de reclamación en materia de consumo:

- Seleccionar y aplicar la estrategia de negociación que parezca más adecuada para cada situación.
- Adoptar actitudes objetivas que faciliten el acuerdo entre las partes.
- Identificar la instancia competente para conocer y resolver la situación.
- Tramitar con rigor, concisión y diligencia los escritos correspondientes.

C5: Aplicar métodos de control de calidad y de mejora de los procesos de atención/información al cliente/consumidor/usuario, de manera que se reduzca el coste y el tiempo de atención y se facilite el acceso a la información.

CE5.1 Describir incidencias comunes en los procesos de atención a clientes/consumidores/usuarios.

CE5.2 Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia en la prestación del servicio.

CE5.3 En un caso práctico convenientemente caracterizado de anomalía detectada en procesos de atención/información a un cliente/consumidor, explicar posibles medidas para su resolución.

CE5.4 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se describe el grado de ineficacia en la prestación del servicio de atención a clientes/consumidores:

- Describir posibles medidas de corrección.
- Identificar procedimientos aplicables para mejorar y optimizar la calidad de servicio.

CE5.5 En una simulación de un servicio de información/atención al cliente/consumidor previamente definida:

- Analizar críticamente la actuación propia.
- Incorporar sugerencias de los demás para la mejora de la actuación propia una actitud abierta y flexible ante los cambios.

CE5.6 Proponer acciones y respuestas dirigidas a mejorar la actividad del servicio, identificando los cambios que se producen en el ámbito legal y tecnológico.

CE5.7 Canalizar y procesar los flujos de información del procedimiento en plazos y formas establecidos.

## Contenidos

- 1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo**
  - Normativa en defensa del consumidor:
    - Derechos y deberes.
    - Legislación Estatal, Autonómica y Local.
    - Legislación Comunitaria.
  - Instituciones y organismos de protección al consumidor:
    - Tipología.
    - Competencias.
    - Organigrama funcional.
  - Procedimientos de protección al consumidor:
    - Protección de datos y confidencialidad.
    - Transparencia de los procedimientos.
  
- 2. Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo**
  - Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:
    - Naturaleza.
    - Efectos.
  - Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor.
  - Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:
    - Elementos formales que contextualizan la reclamación.
    - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
    - Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación.
  - Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores.
  - Proceso de tramitación y gestión de una reclamación:
    - Plazos de presentación.
    - Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.
    - Gestión *on-line*.
  - Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.
    - Fases del proceso de resolución.
    - Documentación que se genera.
  - La actuación administrativa y los actos administrativos:
    - Concepto y elementos.
    - Clases.
    - Eficacia de los actos.
    - El silencio administrativo.
    - Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos.
  
- 3. Mediación y arbitraje en materia de consumo**
  - Conceptos y características:
    - Árbitro.
    - Mediador.
    - Partes implicadas.
    - Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo.
  - La mediación:
    - Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.
    - Requisitos exigibles.
    - Procedimientos seguidos.
  - El arbitraje de consumo:
    - Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje
    - Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional.
    - Organigrama funcional

- Convenio arbitral: contenido, formalización y validez.
  - Institucionalización del arbitraje.
  - Juntas arbitrales.
  - Laudo arbitral.
  - Procedimientos de arbitraje en consumo:
    - Principios generales.
    - Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación.
    - Ventajas e inconvenientes.
  - Documentación en procesos de mediación y arbitraje:
    - Convocatoria.
    - Acta.
    - Resolución.
- 4. Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo**
- Conceptos:
    - Queja.
    - Reclamación.
    - Consulta.
    - Denuncia.
    - Partes intervinientes.
  - Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:
    - Situación, percepción, motivación: clima.
    - Tratamiento.
  - Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:
    - Interpersonal.
    - Telefónica.
    - Escrita.
    - Telemática.
  - Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo:
    - Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones.
    - Dialéctica de la argumentación.
    - Negociación y sus técnicas de comunicación.
- 5. Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios**
- Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).
  - Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.
  - Caracterización del proceso de negociación:
    - Tipos de clientes/consumidores/usuarios.
    - Factores influyentes.
    - Departamento gestor.
    - Trámites y documentación.
  - Planes de negociación:
    - Preparación.
    - Desarrollo.
    - Resolución.
- 6. Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones**
- Tratamiento de las anomalías:
    - Principales incidencias/anomalías.
    - Forma.
    - Plazos.

- Procedimientos de control del servicio:
  - Parámetros de control.
  - Técnicas de control.
- Indicadores de calidad.
- Evaluación y control del servicio:
  - Métodos de evaluación.
  - Medidas correctoras.
- Análisis estadístico.

### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximo susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF0245_3	90	85

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

### Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

### MÓDULO FORMATIVO 3

**Denominación:** ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

**Código:** MF0246\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

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

**Duración:** 120 horas

### UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO

**Código:** UF1755

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP4 y RP5 en relación a la captura y procesamiento de la información y documentación que en materia de consumo asegure un eficaz sistema de información.

## 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 *on-line*.

CE1.2 Identificar los principales canales y medios de información así como los medios de divulgación de la misma, analizando la normativa vigente en materia de consumo y los 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 la óptima.
- 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: 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.

CE2.1 Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.

CE2.2 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.

CE2.3 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.

CE2.4 Argumentar las ventajas y desventajas de distintos paquetes de software empleados habitualmente para el tratamiento de la información y documentación.

CE2.5 Explicar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.

CE2.6 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.

CE2.7 Utilizar las funciones y utilidades de las aplicaciones informáticas y sistemas operativos que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.

CE2.8 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.

## Contenidos

### 1. Información y fuentes en consumo

- Tipos de fuentes e información en consumo.
- Fuentes de información institucional en consumo:
  - Europea.
  - Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
  - Autonómica
  - Local
- Fuentes de información primaria en consumo:
  - Monografías.
  - Informes técnicos.
  - Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).
  - Catálogos de productos.
  - Normas.
  - Materiales no convencionales y otros
  - Encuestas a consumidores
- Fuentes de información secundaria en consumo:
  - Índices bibliográficos.
  - Índices KWIC/KWOC.
  - Índices de contenidos.
  - Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales).
  - Directorios.
- Soportes de la información:
  - Impresos o escritos.
  - Edición electrónica.
  - Multimedia: información audiovisual.
- Normativa reguladora del tratamiento de la información:
  - Propiedad intelectual.
  - Derechos de autor.
  - Protección de datos.



2. **Técnicas de búsqueda de información en consumo**
  - Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias.
  - Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes.
    - Autoría
    - Filiación
    - Actualidad
    - Propósito
    - Audiencia
    - Legibilidad
  - Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
    - Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.
    - Estimación coste-rendimiento.
  - Buscadores de información *online*:
    - Bases de datos.
    - Directorios y bibliotecas virtuales.
    - Motores de búsqueda.
    - Metabuscaadores.
3. **Técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas a los sistemas de información en consumo**
  - Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo.
  - Sistemas de registro de la información y documentación en consumo.
    - Conceptos y características.
    - Tipología. Reclamaciones u otra documentación.
    - Flujo documental.
    - Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.
    - Funciones y servicios que desarrollan.
    - Los archivos físicos e informáticos de la información.
  - Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.
  - Grabación de archivos en distintos formatos:
    - Textos.
    - Enriquecidos.
    - *Web*.
    - Imágenes.
    - Sonidos.
    - Videos
  - Codificación de documentos:
    - Clasificación de documentos y
    - Niveles de acceso.
  - Conservación de documentación obsoleta o histórica:
    - Vigencia de la documentación.
    - Destrucción de documentación obsoleta o histórica.
    - Archivo definitivo u otros.
    - Realización de copias de seguridad.
  - Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
    - Manual de Archivo y clasificación de documentos.
    - Catalogación y indización de documentos e información.
  - Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
    - Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.
    - Protección de datos.

#### 4. Bases de datos y centros documentales en consumo

- Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC.
- Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores.
  - Información a incorporar.
  - Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.
  - Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.
  - Control de redundancia de la información.
  - Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.
  - Claves y niveles acceso a usuarios.
  - Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.
  - Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.
- Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
  - Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos.
  - Cifrado y descifrado de una base.
  - Conversión de una base de datos.
  - Ordenación.
  - Filtrado.
  - Validaciones.
  - Formularios.
  - Informes.
  - Subtotales.
  - Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.
  - Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.
- Comandos de las bases de datos.
  - Conceptos generales.
  - Comandos de manipulación y formato.
  - Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.
  - Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros.
- Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos.
- Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.
  - Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.
  - Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.
  - Elaboración de informes de la base de datos en consumo.
- Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.
  - Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación

#### UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** DOCUMENTACIÓN E INFORMES EN CONSUMO

**Código:** UF1756

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP3, en relación a la elaboración de documentos que sintetizan la normativa y actualidad de la información de consumo en distintos soportes.

## Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.

CE1.1 Explicar el significado de la terminología específica habitual en la normativa y documentación específica de consumo.

CE1.2 Explicar el significado de Tesauros en materia de consumo a nivel europeo y nacional.

CE1.3 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.

CE1.4 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.

CE1.5 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.

C2: Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.

CE2.1 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.

CE2.2 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.

CE2.3 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.

CE2.4 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.

CE2.5 Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales de ámbito europeo y nacional:

- Interpretar 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.
  - Confeccionar 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.
- CE2.6 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.
  - Presentar con diapositivas, con 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.

## Contenidos

### 1. Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo

- Terminología de la documentación e información de consumo:
  - Tesoros y palabras claves en consumo y su normativa.
  - Lenguajes: normativos y documentales.
- Boletines de Información e Informes:
  - Concepto.
  - Finalidad.
  - Estructura.
  - Composición.
- Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
  - Forma.
  - Plazos.
- Técnicas y normas gramaticales:
  - Corrección ortográfica y semántica.
  - Construcción de oraciones.
  - Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
  - Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.
- Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
  - Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.
  - Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.
- Redacción de documentos profesionales:
  - Lenguaje escrito.

- Contenido y su organización: fichas de contenido.
  - Resumen o síntesis
  - Presentación de la documentación:
    - Fuentes de origen.
    - Cronología.
    - Canales de comunicación y divulgación.
    - Internet/Intranet.
  - Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:
    - Protección de datos.
    - Seguridad y confidencialidad.
- 2. Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto**
- Aspecto de los caracteres y letras:
    - Tipo.
    - Tamaño.
    - Efectos.
  - Aspecto de un párrafo:
    - Alineación e interlineado.
    - Espacio anterior y posterior.
    - Sangrías y tabuladores en el texto.
    - Trabajo con la regla.
    - Listas numeradas.
    - Cambio de estilo, viñetas y otros.
  - Formato del documento:
    - Auto-formato.
    - Autocorrección.
    - Aplicación de manuales de estilo.
  - Edición de textos:
    - Configuración de encabezados y pies de página.
    - Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.
  - Documentos profesionales:
    - Creación y uso de plantillas.
    - Tareas automatizadas.
  - Creación de un informe personalizado:
    - Asistente para informes.
    - Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).
    - Creación de un auto informe.
  - Creación de formularios:
    - Asistente para formularios.
    - Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.
    - Auto-formulario.
    - Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.
    - Uso de filtros en formularios.
  - Impresión de textos.
- 3. Presentación de información en consumo con tablas**
- Presentación de información con tablas:
    - Creación de una tabla.
    - Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas.
    - Importación, vinculación y exportación de tablas.

- Edición de una tabla:
  - Movimiento.
  - Agregaciones y eliminaciones.
  - Búsquedas y reemplazos de datos.
  - Copias, cortes y pegados de datos.
- Relaciones entre las tablas:
  - Índices.
  - Conversiones de texto y tablas.
- Personalización de la vista Hoja de datos:
  - Visualización y ocultación.
  - Cambio altura de filas y columnas.
  - Desplazamiento e inmovilización.
- Impresión de una hoja de datos.

#### 4. Presentación de información en consumo con gráficos

- Elaboración de representaciones gráficas:
  - Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.
- Elementos presentes en los gráficos:
  - rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación-
- Configuración y modificación de los elementos.
- Tipos de gráficos:
  - de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados.
- Creación de un gráfico:
  - Selección del tipo de gráfico.
  - Selección de los rangos de datos.
  - Agregar una nueva serie de datos al gráfico.
  - Opciones del gráfico.
  - Ubicación del gráfico.
- Modificación del gráfico:
  - Tipo de gráfico.
  - Datos de origen.
  - Opciones de gráfico.
  - Ubicación.
  - Agregar datos y línea de tendencia.
  - Vista en 3D.
- Borrado de un gráfico.
- Integración de gráficos en documentos.

#### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidad formativa	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1755	60	50
Unidad formativa 2 – UF1756	60	50

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

### **Criterios de acceso para los alumnos**

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

### **MÓDULO FORMATIVO 4**

**Denominación:** INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

**Código:** MF1002\_2

**Nivel de cualificación profesional:** 2

### **Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC1002\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

**Duración:** 90 horas

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor.

CE1.1 Diferenciar la dicción fonética de la terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales.

CE1.2 A partir de la audición de grabaciones orales de anuncios de productos/servicios para el consumo/venta identificar al menos:

- Las características de productos: cantidades y cualidades
- El precio
- Los descuentos, recargos y
- Las formas/modos de pago, entre otros.

CE1.3 A partir de la simulación de distintas situaciones habituales en las actividades de consumo y comercio, como por ejemplo una venta y una reclamación de productos, en lengua estándar y sin ruido, suficientemente caracterizada:

- Interpretar con exactitud las necesidades del cliente/ consumidor en cuanto a características, cantidad y calidad de los productos.
- Identificar los datos personales necesarios del cliente/ reclamante para satisfacer la operación con eficacia.

C2: Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

CE2.1 Identificar el léxico habitual de las actividades de consumo y comercio de productos/servicios distinguiendo al menos: cantidades y cualidades de los productos, precios, recargos, descuentos y formas/modos de pago, derechos del consumidor, garantías y devoluciones entre otros.

CE2.2 Diferenciar las características del léxico técnico habitual en:

- etiquetas,
- manuales o instrucciones de uso de productos,
- garantías,

- argumentarios de venta,
- faxes y cartas comerciales,
- facturas,
- hojas de reclamación y
- recibos, entre otros.

CE2.3 A partir de la lectura de normativa básica europea en materia de comercio interior y consumo formulada en inglés resumir las líneas generales del texto con exactitud.

CE2.4 A partir de la hoja de reclamación de un cliente suficientemente caracterizada, identificar el objeto de la reclamación e información relevante de la misma:

- Datos personales del reclamante
- Demanda del cliente.

C3: Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.

CE3.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva según distintos contextos socio profesionales en las actividades comerciales: preventa, venta, reclamación y postventa.

CE3.2 En situaciones simuladas de actividades comerciales emitir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos, según distintos contextos socio profesionales comerciales mostrando interés, preocupación, pregunta y alegría entre otros.

CE3.3 A partir de las características de un producto/servicio exponer de forma oral durante al menos 5 minutos la descripción del producto con exactitud y detalle suficiente.

CE3.4 A partir de la simulación de la grabación de un pedido o venta telefónica de productos/servicios con un argumentario definido con claridad, emitir con claridad fonética y sintáctica las cuestiones planteadas en el pedido/argumentario.

C4: Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

CE4.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes y léxico técnico habitual en los documentos comerciales básicos: cartas, facturas, órdenes de pedido, recibos y hojas de reclamación entre otros.

CE4.2 Identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes/consumidores/usuarios.

CE4.3 Diferenciar las estructuras más formales e informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial.

CE4.4 A partir de distintos supuestos de actividades comerciales con un cliente/consumidor, redactar una carta comercial de acuerdo a los usos habituales en las empresas considerando al menos: datos del remitente, objeto de la carta, solicitud/respuesta de información de productos sobre cantidades y calidades del producto, precios, descuentos por pronto pago entre otros.

CE4.5 A partir de un supuesto de actividades comerciales suficientemente caracterizada, cumplimentar la documentación comercial básica en inglés:

- una orden de pedido con especificación de cantidades y características,
- una factura,
- un cheque.

CE4.6 A partir de la simulación de una reclamación suficientemente caracterizada de un cliente/consumidor redactar, con sencillez y exactitud utilizando un lenguaje, ágil y abreviado, los documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos



y/o mensajes, internos y externos, al cliente y responsables de la reclamación respectivamente para resolver dicha reclamación.

C5: Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.

CE5.1 Describir las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva con un cliente/consumidor según distintas características socioculturales de clientes de distinta nacionalidad: hindú, chino, árabe, latino, europeo y norteamericano entre otros.

CE5.2 Diferenciar las costumbres y usos socio profesionales habituales en las relaciones con clientes de distintas nacionalidades diferenciando al menos la cultura oriental, occidental y árabe.

CE5.3 Describir las variables socioculturales que difieren entre distintos clientes de distinta nacionalidad:

- Costumbres horarias
- Hábitos profesionales
- Normas de protocolo del país
- Estructura jerárquica y relaciones socio profesionales con los clientes.

CE5.4 Explicar los problemas más habituales que se pueden dar en las actividades comerciales si no se adapta el mensaje oral al contexto sociocultural del cliente/consumidor.

CE5.5 A partir de la simulación de una situación-tipo de actividades de comercio con un cliente suficientemente caracterizada:

- Identificarse e identificar al interlocutor observando las normas de protocolo y cortesía adecuados al cliente.
- Solicitar del interlocutor aclaraciones e información adicional utilizando las expresiones y pautas de cortesía y protocolo habituales.
- Exponer oralmente con claridad las características técnicas y condiciones de los productos/servicios ofertados utilizando las expresiones orales más habituales.
- Despedirse utilizando pautas de cortesía y protocolo habituales en la venta.

CE5.6 A partir de la simulación de una reclamación de productos/servicios, presencial o a través de teléfono:

- Obtener los datos relevantes del interlocutor.
- Rebatir las objeciones y reclamaciones del cliente con claridad utilizando las normas de cortesía y protocolo para justificar las ausencias, errores o faltas del producto/servicios.
- Utilizar correctamente frases de cortesía, acuerdo y desacuerdo.
- Adoptar las fórmulas de cortesía y usos habituales para resolver la reclamación con eficacia.

## Contenidos

### 1. Atención al cliente/consumidor en inglés

- Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
- Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
  - Saludos.
  - Presentaciones.
  - Fórmulas de cortesía habituales.
- Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
  - Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

**2. Aplicación de técnicas de venta en inglés**

- Presentación de productos/servicios:
  - Características de productos/servicios.
  - Medidas.
  - Cantidades.
  - Servicios añadidos.
  - Condiciones de pago.
  - Servicios postventa, entre otros.
- Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
- Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta:
  - Instrucciones de uso.
  - Precio.
  - Descuentos.
  - Recargos entre otros.
- Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
- Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica:
  - Fórmulas habituales en el argumentario de venta.
- Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

**3. Comunicación comercial escrita en inglés**

- Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica:
  - Pedidos.
  - Facturas.
  - Recibos.
  - Hojas de reclamación.
- Complimentación de documentación comercial básica en inglés:
  - Hojas de pedido.
  - Facturas.
  - Ofertas.
  - Reclamaciones entre otros.
- Redacción de correspondencia comercial:
  - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
  - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas.
  - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
- Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
- Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
- Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:
  - Internet,
  - Fax.
  - Correo electrónico.
  - Carta u otros análogos.

**Orientaciones metodológicas**

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF1002_2	90	60

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

### **Criterios de acceso para los alumnos**

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

## **MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO**

**Código:** MP0374

**Duración:** 40 horas

### **Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Prestar servicios de información y atención al cliente/consumidor/usuario, tanto en lengua propia como inglesa, si se precisa, en distintas situaciones comerciales utilizando distintos sistemas y técnicas de comunicación adaptadas a distintos canales de comunicación con el cliente: cara a cara, telefonía, correo electrónico, mensajería u otros.

CE1.1 A partir de las características de la empresa y las relaciones que mantiene con sus clientes, distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

CE1.2 Identificar en el organigrama de la organización las personas responsable de los distintos tipos de funciones y actividades.

CE1.3 Atender a los clientes adoptando los elementos fundamentales para mantener una conversación adecuada a la imagen y procedimientos internos de la organización.

CE1.4 Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información a clientes/consumidores.

CE1.5 Redactar documentos para su transmisión por escrito a clientes de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE1.6 Expresarse de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen más de dos interlocutores.

CE1.7 Mantener conversaciones telefónicas con clientes identificándose con propiedad, siguiendo las normas de protocolo de la organización y empleando las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

CE1.8 Registrar la información obtenida de clientes en aplicaciones gestión de la relación con el cliente (CRM) para su posterior uso.

CE1.9 Responder a correos y mensajería instantánea de clientes identificándose e identificando al destinatario observando las debidas normas de protocolo.

C2: Prestar servicios de orientación, tramitación y resolución al cliente/consumidor/usuario, tanto en lengua propia como inglesa, si se precisa, en distintas situaciones de consultas, quejas o reclamaciones de consumo, utilizando distintas técnicas de comunicación y negociación adaptadas a distintos canales de comunicación, velando por la calidad del servicio prestado.

CE2.1 A partir de las consultas, quejas y reclamaciones planteadas a la organización distinguir sus elementos fundamentales para establecer un plan de orientación al consumidor.

CE2.2 Responder y adoptar una actitud resolutoria ante quejas y reclamaciones ofreciendo resoluciones a nivel de su responsabilidad y aplicando procedimientos internos de la organización.

CE2.3 Identificar y aplicar distintos procedimientos de mediación, arbitraje y negociación a las distintas situaciones presentadas por los consumidores.

CE2.4 Adoptar, en base a la normativa vigente, el mecanismo de protección al consumidor más adecuado a la actuación a desarrollar y la actividad de la organización.

CE2.5 Redactar documentos para su gestión por escrito a clientes de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE2.6 Controlar que la atención y orientación se ajustan a los procedimientos y estándar de calidad establecidos en la organización o empresa.

C3: Obtener un sistema de información en materia de consumo mediante la captación, tratamiento y archivo de la información y documentación, con la que se elaborará por medios convencionales e informáticos boletines de síntesis.

CE3.1 Identificar y utilizar distintas fuentes de obtención de información/documentación.

CE3.2 Aplicar técnicas de archivo y catalogación de información, en formato convencional e informático correspondiente.

CE3.3 Aplicar correctas técnicas de elaboración y presentación de documentación, convencional e informáticamente.

CE3.4 Cumplir los procedimientos de la organización y normativa en materia de protección de datos, confidencialidad y seguridad de la información.

C4: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE4.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE4.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE4.3 Empezar con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE4.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE4.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE4.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

## Contenidos

### 1. Información y atención al cliente/consumidor/usuario en consumo

- Desarrollo de actividades de información propias del departamento de atención al cliente: actividades según empresas y herramientas de gestión de relaciones con clientes.
- Aplicación de criterios de calidad del servicio de atención al cliente.
- Asesoramiento al cliente en materia de consumo y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de comunicación a clientes.
- Utilización de herramientas de gestión de relaciones con clientes.

### 2. Gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario

- Aplicación de procedimientos de protección del consumidor establecidos.
- Identificación de la queja y técnica de resolución a la situación planteada por consumidor: argumentario, aplicación y resolución.
- Participación en procesos de negociación, mediación y arbitraje en consumo.
- Aplicación de técnicas de comunicación y negociación a procesos de quejas y reclamaciones.

- Elaboración de la documentación en consumo.
  - La actuación administrativa en procesos de protección entre empresas y consumidores.
3. **Elaboración de bases de datos, informes y documentación en consumo**
- Herramientas de búsqueda de información y fuentes en consumo.
  - Aplicación de técnicas archivísticas: convencionales e informáticas.
  - Elaboración de documentación del procedimiento, en formato convencional e informático adecuado.
  - Colaboración en la creación y actualización de bases de datos y sistemas de información en consumo.
  - Obtención de información en consumo.
  - Tratamiento de la información en consumo.
  - Presentación de la información en consumo.
  - Síntesis de la información y documentación en consumo.
4. **Integración y comunicación en el centro de trabajo**
- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
  - Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
  - Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
  - Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
  - Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
  - Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
  - Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

#### IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0241_2: Información y atención al cliente consumidor usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.</li> <li>• Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> <li>• Técnico superior en Gestión comercial y marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing.</li> <li>• Certificado de profesionalidad de nivel 3 del área de compraventa o Marketing y relaciones públicas de la familia Profesional de Comercio y Marketing.</li> </ul>	2 años	4 años

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.</li> <li>Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> </ul>	2 años	Imprescindible acreditación
MF0246_3: Organización de un sistema de información de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.</li> <li>Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> </ul>	2 años	Imprescindible acreditación
MF1002_2: Inglés profesional para actividades comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua inglesa o título de grado equivalente.</li> <li>Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua inglesa o titulación equivalente.</li> <li>Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de inglés como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos.</li> </ul> </li> <li>Titulación universitaria cursada en un país de habla inglesa, en su caso, con la correspondiente homologación.</li> </ul>	2 años	Imprescindible acreditación

## V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m <sup>2</sup> 15 alumnos	Superficie m <sup>2</sup> 25 alumnos
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula técnica de gestión e idiomas	X	X	X	X

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>- Equipos audiovisuales</li><li>- PCs instalados en red, cañón con proyección e internet</li><li>- Software específico de la especialidad</li><li>- Pizarras para escribir con rotulador</li><li>- Rotafolios</li><li>- Material de aula</li><li>- Mesa y silla para el formador</li><li>- Mesa y sillas para alumnos</li><li>- 1 Proyector</li><li>- Programas informáticos para el aprendizaje de un idioma</li><li>- Reproductores y grabadores de sonido</li><li>- Diccionarios bilingües</li></ul>

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

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

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

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