Lanbide
Euskal Enplegu Zerbitzua
Servicio Vasco de Empleo

COMERCIO Y MARKETING

Certificado de Profesionalidad

CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO

[Nivel 3]

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
ENPLEGU ETA GIZARTE GAIETAKO SAILA
DEPARTAMENTO DE EMPLEO Y ASUNTOS SOCIALES

koalifikazioen eta lanbide heziketaren euskal institutua
Instituto vasco de cualificaciones y formación profesional

Contenidos

I IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

DENOMINACIÓN 06
CÓDIGO 06
FAMILIA PROFESIONAL 06
ÁREA PROFESIONAL 06
CUALIFICACIÓN PROFESIONAL DE REFERENCIA 06
NIVEL DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL 06
COMPETENCIA GENERAL 06
RELACIÓN DE UNIDADES DE COMPETENCIA
QUE CONFIGURAN EL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD 06
ENTORNO PROFESIONAL 06
RELACIÓN DE MÓDULOS, UNIDADES FORMATIVAS Y DURACIONES 07

II PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

1 Unidad de competencia 1 10
OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN / DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

2 Unidad de competencia 2 11
REALIZAR ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO DE ACUERDO A LA NORMATIVA VIGENTE O CÓDIGOS DE CONDUCTA APROBADOS POR LA EMPRESA

3 Unidad de competencia 3 13
ORGANIZAR Y REALIZAR ACCIONES DE INFORMACIÓN Y/O FORMACIÓN A CONSUMIDORES, EMPRESAS Y ORGANIZACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

III FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

1 Módulo Formativo 1: 18
ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

2 Módulo Formativo 2: 25
ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO

3 Módulo Formativo 3: 31
ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

4 Módulo Formativo 4: 37
MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES EN CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO

IV PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES, REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS Y CRITERIOS DE ACCESO

FORMADORES 42

ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS 43

CRITERIOS DE ACCESO 43

I IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

DENOMINACIÓN

Control y formación en consumo

CÓDIGO

COMT0311

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing.

ÁREA PROFESIONAL

Compraventa

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL DE REFERENCIA

COM313_3 Control y formación en consumo (RD 109/2008, de 1 de febrero)

NIVEL DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL

3

COMPETENCIA GENERAL

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

RELACIÓN DE UNIDADES DE COMPETENCIA QUE CONFIGURAN EL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

- UC0246_3: Obtener, organizar y gestionar la información/documentación en materia de consumo.
- UC0998_3: Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa.
- UC0999_3: Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo..

ENTORNO PROFESIONAL

Ámbito profesional

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

Sectores productivos

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

Ocupaciones o puestos de trabajo

3160.1018 Técnicos/as en consumo.
Agente de la inspección de consumo.

Monitor/a de consumo.
Gestor/a de formación en consumo.
Asesor/a de empresas u organizaciones en materia de medidas de control de mercado y protección a los consumidores.

RELACIÓN DE MÓDULOS, UNIDADES FORMATIVAS Y DURACIONES

MÓDULO FORMATIVO	HORAS	UNIDADES FORMATIVAS	HORAS
MF0246_3 (Transversal) Organización de un sistema de información de consumo	120	UF1755 Sistemas de información y bases de datos en consumo	60
		UF1756 Documentación e informes en consumo	60
MF0998_3 Actuaciones de control en consumo	180	UF1932 Control de consumo en actividades, productos y servicios	90
		UF1933 Comercialización de productos seguros	60
		UF1934 Responsabilidad social empresarial en consumo	30
MF0999_3 Asesoramiento y formación en materia de consumo	160	UF1935 Promoción de los derechos de los consumidores y consumo responsable	70
		UF1936 Acciones de formación a colectivos vulnerables en consumo	90
MP0407 Prácticas profesionales no laborales en control y formación en consumo	80		
TOTAL HORAS	**270**		

II PERFIL PROFESIONAL

Unidad de competencia 1
OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN/DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

1

Unidad de competencia 2
REALIZAR ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO DE ACUERDO A LA NORMATIVA VIGENTE O CÓDIGOS DE CONDUCTA APROBADOS POR LA EMPRESA

2

Unidad de competencia 3
ORGANIZAR Y REALIZAR ACCIONES DE INFORMACIÓN Y/O FORMACIÓN A CONSUMIDORES, EMPRESAS Y ORGANIZACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

3

1 Unidad de competencia 1: OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO.

Código: UC0246_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización:

RP 1: Obtener la información / documentación que afecta al cliente/consumidor / usuario, asegurando su fiabilidad y de acuerdo con el presupuesto establecido

CR 1.1 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.

CR 1.2 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.

CR 1.3 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.

CR 1.4 De las posibles técnicas de recogida de información se aplican aquella que aseguran la veracidad de los datos.

CR 1.5 La detección de las tendencias y posibles situaciones de alerta se realiza con rapidez comunicándose las mismas a los departamentos de empresa y/u organismos competentes.

RP 2: 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.

CR 2.2 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.

CR 2.3 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.

CR 2.4 La estadística con los datos disponibles se confecciona, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización.

CR 2.5 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.

CR 2.6 Los programas informáticos adecuados en función del tipo de necesidad de tratamiento de la información requerido se utilizan eficientemente.

RP 3: Atender en tiempo y forma las demandas internas y externas de información específica en materia de consumo.

CR 3.1 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.

CR 3.2 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.

CR 3.3 En los períodos establecidos, y de acuerdo con sistemas definidos, se elabora el boletín (de prensa, corporativo y otros) analizando la información de interés y seleccionando aquella que debe de contextualizar el documento.

CR 3.4 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.

CR 3.5 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.

RP 4: Aplicar procedimientos para mantener la información con la integridad, disponibilidad y seguridad requeridas.

CR 4.1 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.

CR 4.2 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.

RP 5: Asegurar el óptimo funcionamiento del sistema de información establecido para su eficaz utilización por el equipo de trabajo.

CR 5.1 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.

CR 5.2 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.

CR 5.3 Las nuevas fuentes de información y documentación se identifican con el objeto de ampliar y actualizar el archivo documental de consumo

CR 5.4 La actualización de la normativa en materia de consumo se verifica, comprobando los registros efectuados.

CR 5.5 Sobre la información solicitada se controla que se transmite en tiempo y forma.

Contexto profesional:

Medios de producción y/o creación de servicios

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 o resultado del trabajo

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 2:

2 REALIZAR ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO DE ACUERDO A LA NORMATIVA VIGENTE O CÓDIGOS DE CONDUCTA APROBADOS POR LA EMPRESA

Código: UC0998_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización:

RP 1: Definir actuaciones de control para la consecución de objetivos prefijados en el ámbito del consumo en la empresa u organización.

CR 1.1 Los objetivos de cada actuación de control se determinan y definen de acuerdo a la normativa, la campaña y/o la estrategia o política de la empresa u organización.

CR 1.2 La normativa aplicable al producto o servicio y/o la actividad que se va a controlar, vigilar o analizar se identifica y, si existen resultados de experiencias/acciones de control anteriores en el sector específico, empresa u

organización, se recaban y se concretan los aspectos que se deben observar durante la actuación de control.

CR 1.3 Los sistemas de autorregulación, códigos de conducta o prácticas correctas en relación a los consumidores y reconocidas en el ámbito europeo o internacional se analizan en relación a las prácticas del sector/empresa u organización y su política, dado un sector, producto, servicio o actividad, para garantizar la confianza de los consumidores y reforzar la responsabilidad social corporativa de la empresa/organización.

CR 1.4 La acción de control se prepara a partir de una nueva normativa, orden superior, política de la empresa o denuncia/reclamación de cliente/consumidor y de acuerdo a los objetivos establecidos: obtención de información; vigilancia; control interno / externo; comprobación de denuncias / reclamaciones entre otros y la finalidad de la misma.

CR 1.5 Las actuaciones propias durante la acción de control/vigilancia se organizan especificando al menos: el número de acciones o controles a realizar, establecimientos, personal, departamentos o empresas afectadas y calendario o cronograma de la acción de forma que se agilice y garantice el desarrollo de la acción de control/vigilancia.

CR 1.6 El documento de control para ejecutar la actuación se confecciona en forma de cuestionario, protocolo o guía de actuación especificando todos los aspectos que se deben observar y medios y material necesarios para la misma.

RP 2: Verificar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable al sector/producto/servicio y los objetivos prefijados por la política empresarial en materia de consumo, siguiendo el protocolo o procedimiento establecido.

CR 2.1 Los datos y/o documentos necesarios para comprobar el grado de cumplimiento de la normativa aplicable o los objetivos establecidos se recaban utilizando diferentes técnicas: entrevista, formulario y/o protocolo confeccionados previamente.

CR 2.2 Durante la actividad de control se adopta una actitud asertiva, firme y colaboradora para facilitar la actuación y comunicación entre/con las partes afectadas.

CR 2.3 El cumplimiento o incumplimiento de las exigencias legales u objetivos prefijados: procesos, documentación, instalaciones, personal, almacenaje, productos, servicios, entro otros, se justifica observando las especificaciones del documento de control, protocolo o guía de actuación confeccionados previamente.

CR 2.4 El incumplimiento de la normativa o requerimientos para asegurar los objetivos prefijados, se comunica a los afectados en el plazo y forma establecida respetando la normativa y protocolos vigentes.

CR 2.5 Las medidas o alternativas que garanticen la protección de los derechos del consumidor o los objetivos prefijados por la empresa ante los incumplimientos observados se proponen a los responsables de implementarlas de acuerdo al procedimiento establecido.

CR 2.6 La información requerida por el inspector o auditor, en caso de control externo a la empresa por parte de la administración o auditorías procedentes de organismos de protección al consumidor, se acompaña y ofrece, asegurando el correcto desarrollo del procedimiento administrativo de la actuación de control o auditoría en consumo.

RP 3: Presentar conclusiones y/o propuestas en forma de informe, acta o documento de la actuación de control respetando el procedimiento y normativa vigente.

CR 3.1 El informe de la acción realizada o acta de inspección se expresa de forma clara, concisa y minuciosa incluyéndose los datos de los afectados y/o comparecientes, el lugar, fecha y hora de la acción así como todos los hechos y datos concretos evitando suposiciones e interpretaciones temporales y respetando la normativa vigente.

CR 3.2 La estructuración de los datos sobre la actuación de control se realiza de forma ordenada y homogénea que facilite la consulta de información concreta en todo momento.

CR 3.3 Las posibles infracciones, irregularidades, incumplimientos o deficiencias detectadas se determinan adjuntando las pruebas y documentación necesaria anexa a ellas.

CR 3.4 El informe y la documentación relativa a la actuación, se transmite a los responsables en el plazo y forma establecido de acuerdo a la normativa y protocolo vigente.

RP 4: Aplicar el procedimiento reglamentario establecido en las actuaciones oficiales de inspección y/o control de mercado de la administración local y autonómica en el ámbito del consumo de productos/servicios de gran consumo o uso generalizado.

CR 4.1 El agente de la actuación inspectora se presenta a las partes afectadas en la acción de control de mercado, identificándose y exponiendo con claridad el motivo del control y el procedimiento previsto.

CR 4.2 El procedimiento reglamentario establecido previamente en forma de protocolo se ejecuta observando todos los aspectos señalados en el mismo y de acuerdo al calendario e instrucciones recibidas.

CR 4.3 El incumplimiento de alguno de los aspectos objeto de la actuación se comunica en el plazo y forma establecidos a los afectados tomando las medidas que sean necesarias de acuerdo al alcance del incumplimiento

y respetando la normativa vigente.
CR 4.4 El procedimiento de toma de muestras, en caso de ser necesario, se realiza de acuerdo a lo establecido reglamentariamente siendo la muestra del producto objeto de control representativa, suficiente y las tres unidades elegidas, muestras reglamentarias, lo más homogéneas posible a la naturaleza del producto y al objeto de la actuación.
CR 4.5 El transporte de la muestra al lugar de análisis o al laboratorio de la inspección, se realiza de forma adecuada y garantizando su entrega en las condiciones de recogida respetando el procedimiento y protocolo vigente.
CR 4.6 La identidad de las muestras con su contenido original se garantiza durante el tiempo de conservación de las mismas, asegurando las operaciones de precintado, lacrado y etiquetado en cada ejemplar de la muestra y estampado de las firmas de las partes intervinientes.
CR 4.7 El acta de la actuación se levanta de acuerdo al tipo de actuación realizada: vigilancia, investigación, toma de muestras, citación, inmovilización de la mercancía, separación, marca y precinto para que sea imposible su manipulación, recogida de muestras, comprobación de reclamaciones, y adjuntando la documentación necesaria.
CR 4.8 El acta se entrega a las partes para que puedan ser reformuladas las observaciones o alegaciones que se consideren necesarias y se informa a los afectados de los pasos a seguir tras la actuación inspectora.
CR 4.9 El acta se distribuye entre los superiores jerárquicos y responsables de la empresa afectada por la inspección, siguiendo de oficio el procedimiento que requiera la actuación.

Contexto profesional:

Medios de producción y/o creación de servicios

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

Productos o resultado del trabajo

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

Información utilizada o generada

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

Unidad de competencia 3

3

ORGANIZAR Y REALIZAR ACCIONES DE INFORMACIÓN Y/O FORMACIÓN A CONSUMIDORES, EMPRESAS Y ORGANIZACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

Código: UC0999_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización:

RP 1: Determinar las necesidades de los consumidores, empresas y organizaciones con el fin de definir acciones específicas de información y/o formación.

CR 1.1 La información sobre las situaciones más problemáticas para los consumidores, derechos y obligaciones de los consumidores y/o empresarios, hábitos de consumo, consumo responsable, desarrollos normativos en materia de protección y confianza al consumidor, denuncias y/o reclamaciones en materia de consumo u otras, se identifica y obtiene acudiendo a distintas fuentes de información.

CR 1.2 La información sobre las ayudas y subvenciones ofrecidas por las administraciones u organizaciones que pueden constituir fuentes de financiación de la acción, se busca a través de los medios de información y comunicación disponibles y se analizan los requisitos y plazos necesarios para solicitarlas.

CR 1.3 La información disponible para la identificación de las necesidades en materia de consumo se valora y se analiza la conveniencia de ampliarla de acuerdo al tipo de acción que se va a realizar.

CR 1.4 La información primaria de los consumidores u organizaciones objeto de análisis se recoge aplicando las técnicas e instrumentos adecuados -entrevistas, cuestionarios, protocolos de observación, u otros- de acuerdo a la metodología que se quiera utilizar y los objetivos de la acción.

CR 1.5 Se determinan, a partir del análisis de la información disponible, los objetivos de la acción que resultan de las necesidades específicas de asesoramiento/formación a los colectivos, segmentos de consumidores/usuarios o personal de la empresa/organización en los que se detectan.

RP 2: Organizar las acciones de información y/o formación específicas a consumidores, empresas y organizaciones para asegurar el cumplimiento de la normativa, promover hábitos de consumo saludables y responsables que garanticen la protección de los derechos de los consumidores.

CR 2.1 A partir de la información obtenida sobre las necesidades de información y/o formación de los destinatarios se determina los recursos, materiales o documentos necesarios para el tipo de acción y características o perfil de los destinatarios.

CR 2.2 Las acciones de información, y/o formación se estructuran en un plan que defina: destinatarios, objetivos, actividades, metodología, cronograma, recursos, indicadores o procedimientos de evaluación, y otros, estableciendo las prioridades para su puesta en funcionamiento, de acuerdo con los objetivos y recursos disponibles

CR 2.3 El perfil de los expertos o colaboradores que van a asesorar e impartir las acciones de información y/o formación se determina de acuerdo a los objetivos, contenidos y actividades.

CR 2.4 El espacio físico, recursos y equipos concretos que mejor se adecuan al desarrollo de las acciones, se determina en función de sus características y presupuesto y se asegura su disponibilidad en las fechas elegidas mediante escrito de solicitud o contrato de alquiler, anticipándose a posibles incidencias de tiempo o trámites u otras.

CR 2.5 Los medios adecuados para la difusión de las acciones se seleccionan con criterios realistas en función de los objetivos, destinatarios y presupuesto previsto.

CR 2.6 La participación de los destinatarios de las acciones se promueve solicitando su inscripción y/o utilizando los diferentes medios de información y comunicación: folletos, intranet, internet etc.

CR 2.7 El presupuesto previo a la puesta en marcha de la acción o conjunto de acciones de información/formación se elabora dentro de los márgenes establecidos, considerando todos los aspectos esenciales y realizándose los cálculos oportunos, utilizando, en su caso, hojas de cálculo informático.

RP 3: Implementar las acciones de información y/o formación a consumidores y/u organizaciones definidas de acuerdo con las especificaciones, metodología definida y presupuesto establecido.

CR 3.1 Las gestiones necesarias: llamadas, escritos, contratos y otras, se realizan de acuerdo con los procedimientos establecidos, anticipándose y evitando posibles incidencias como falta de tiempo, sustituciones, trámites, dificultades de coordinación, entre otras, para asegurar la participación de los ponentes y colaboradores de la empresa/organización o externos a ella, en las fechas y condiciones acordadas.

CR 3.2 Las actuaciones previstas al objeto de la difusión del plan de información/formación se gestionan de acuerdo con la forma y medios definidos: elaboración de cartas, correos electrónicos, llamadas a periodistas, anuncios entre otros.

CR 3.3 Los contenidos informativos/formativos de las acciones se imparten según metodología propia de cada tipo: charlas, talleres, puestas en común entre distintos departamentos afectados y/u otros, utilizando técnicas, estrategias, recursos y materiales didácticos que faciliten la asimilación de dichos contenidos.

CR 3.4 La participación activa de los asistentes durante las acciones se favorece y fomenta a partir del planteamiento de interrogantes, reflexiones, reforzando los comentarios y ejemplos de asistentes, aclaración de dudas u otros recursos didácticos a lo largo del desarrollo de la acción informativa/formativa.

CR 3.5 Las medidas y gestiones precisas ante cualquier anomalía que surja durante el desarrollo de las acciones

se llevan a cabo asegurando la eficacia de las mismas.

RP 4: Evaluar las acciones información y/o formación, utilizando las técnicas e instrumentos adecuados para determinar la eficacia de las mismas en función de los objetivos y resultados previstos.

CR 4.1 Los procedimientos e instrumentos de evaluación de las acciones de información y formación se definen para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos de la acción.

CR 4.2 Las desviaciones producidas entre el presupuesto aprobado y los costes reales de la acción informativa/formativa se calculan utilizando, cuando sea oportuno una hoja de cálculo.

CR 4.3 El informe o memoria de la/s acción/es desarrollada/s se elabora expresando de forma clara, concisa y completa recogiendo al menos, los siguientes aspectos:

– Desarrollo de la/s acción/es de información y/o formación.
– Incidencias.
– Grado de cumplimiento de los objetivos.
– Resultados de la acción y se relación con las necesidades detectadas
– Conclusiones y recomendaciones para otras acciones del mismo tipo.

CR 4.4 La memoria o informe de la acción se elabora utilizando procesadores de texto y/o aplicaciones para presentaciones, en caso de tener que ser expuesta en reuniones u otros foros, se realiza de acuerdo con los objetivos que se definan y los destinatarios a quiénes vaya dirigida.

Contexto profesional:

Medios de producción y/o creación de servicios

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

Productos o resultado del trabajo

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

Información utilizada o generada

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

III FORMACIÓN

Módulo Formativo 1:
ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO 1

Módulo Formativo 2:
ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO 2

Módulo Formativo 3:
ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO 3

Módulo Formativo 4:
PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE ACTIVIDADES AUXILIARES EN CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO 4

1 Módulo Formativo 1:
ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

Código: MF 0246_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 1.1
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.
  • Autoria.
  • 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.
  • Metabuscadores.

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 1.2
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:
     - • Tesauros 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.

2 Módulo Formativo 2:
ACTUACIONES DE CONTROL EN CONSUMO

Código: MF0998_3

Asociado a la Unidad de Competencia: UC0998_3: Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa vigente o códigos de conducta aprobados por la empresa.

Duración: 180 horas

Unidad formativa 2.1
CONTROL DE CONSUMO EN ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS

Código: UF17932

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 RP3 y RP4 en relación a los procedimientos y metodologías establecidas para el control oficial en materia de consumo de actividades, productos y servicios.

Capacidades y criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

C2: Diseñar acciones e instrumentos de control y vigilancia del cumplimiento de las exigencias legales u objetivos prefijados por una empresa/sector en materia de consumo, en el ambiente local y autonómico.

CE2.1 Describir los principales parámetros que se deben considerar en un protocolo o guía de actuaciones relacionados con la protección de los derechos de los consumidores y usuarios especialmente en materia de precios, etiquetado, publicidad y signos externos que hacen referencia a los productos/servicios y sus consumidores y/o usuarios.

CE2.2 A partir de una situación/actividad/empresa/organización, convenientemente caracterizada de control de mercado:

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

CE2.3 A partir de una situación objeto de control/inspección de la administración local o autonómica, definir los métodos oficiales de análisis, toma de muestras, transporte, control e inspección más adecuados a la naturaleza del producto/servicio.

CE2.4 A partir de un supuesto de inspección de la administración local o autonómica para toma de muestras, convenientemente caracterizado, especificar:

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

C3: Aplicar los procedimientos preestablecidos en las actuaciones de control en consumo incorporando los criterios de protección de la salud, seguridad y transparencia al consumidor/cliente.

CE3.1 Dada una empresa, producto, servicio o actividad comercial debidamente caracterizados simular la realización de todos los pasos de una actuación de control para la consecución de los objetivos prefijados en el ámbito de la empresa, señalando los departamentos y áreas afectados.

CE3.2 Dada una empresa, producto, servicio o actividad comercial simular la cumplimentación de los documentos de control señalando todos los aspectos que deben observarse y comprobarse de cara a la consecución de los objetivos prefijados por la empresa en el ámbito de la responsabilidad social corporativa

CE3.3 Dada una actuación oficial de inspección de consumo ejecutar todo el proceso de inspección de acuerdo a lo establecido reglamentariamente:

- Comunicar a los afectados en la actuación de control de forma clara y comprensible el objetivo de la acción de control/inspección y el procedimiento que se va a seguir.
- Comprobar los aspectos que se quieren observar en la actuación siguiendo el protocolo o guía de actuaciones y cumplimentar los cuestionarios, fichas o documentos de control diseñados al efecto de la actuación.
- Seleccionar los medios técnicos con que se va a realizar la toma de muestras del producto o pruebas de la actuación de control y en caso necesario el medio de transporte al centro de análisis de muestras que asegure las óptimas condiciones de la muestra en condiciones de seguridad e higiene laboral.
- Redactar el Acta de la actuación y entregando en el acto de control a los titulares de la empresa, su representante legal o empleado copia de la misma.

CE3.4 Según el objetivo de la actuación, ejecutar el protocolo o guía de actuación de acuerdo a los objetivos y finalidad de la misma.

C4: Elaborar informes de actuaciones de control y actas de inspección en materia de consumo.

CE4.1 A partir de un determinado supuesto de control, realizar el informe acompañado de la documentación necesaria redactado de forma clara y concisa utilizando la aplicación informática determinada y proponiendo las medidas o acciones concretas para corregir aquellos aspectos que se hayan observado y los plazos para cumplirlos.

CE4.2 Cumplimentar los aspectos mínimos que deben figurar en el documento de control y explicar la importancia de cuidar cada uno de ellos para asegurar la confianza de los consumidores y la responsabilidad social corporativa.

CE4.3 En un caso de actuación por parte de la administración local o autonómica, analizar los distintos tipos de actas a partir de distintos supuestos de control convenientemente caracterizados selecciona el tipo de acta adecuada a la actuación.

Contenidos:

1. Marco institucional en materia de control en consumo.
   - – Regulación de la actividad del comercio interior.
   - – Instituciones públicas y privadas responsables del control de mercado.
     - • Organismos públicos en el marco de las instituciones de la Unión Europea.
     - • Organismos públicos de la Administración del Estado.
     - • Organismos públicos de la Administración Autonómica.
     - • Organismos públicos de la Administración Local.
     - • Organizaciones del ámbito privado.
   - – Distribución de competencias en materia de protección al consumidor e inspección de productos y servicios en la Administración pública.
     - • Competencias de la Administración del Estado.
     - • Competencias de las Administraciones Autonómicas.
     - • Competencias de la Administración Local.
   - – Competencias de la administración local y autonómica en el ámbito del control de mercado.
     - • Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación autonómica.
     - • Competencias relativas a la función inspectora y la potestad sancionadora en el ámbito de la regulación local.

2. Normas en materia de control de consumo y comercio interior.
   - – El control de mercado por parte de la administración.
     - • Concepto y finalidad del control de mercado: enfoque centrado en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.
     - • Campañas de inspección. Ámbito y desarrollo. Tipos de campañas.
     - • Control sistemático de mercado.
   - – Identificación y competencias de distintas normativas en materia de consumo.
     - • Normativa de ámbito estatal y comunitario.
     - • Normativa de ámbito autonómico.
     - • Normativa de ámbito local.
     - • Normativa en materias concurrentes.
   - – Normas técnicas de calidad de productos y etiquetado.
     - • Normas horizontales.
     - • Normas relativas al sector alimentario.
     - • Normas relativas al sector industrial.
     - • Normas relativas al sector servicios.
   - – Derechos y responsabilidad de la empresa.
     - • Obligaciones de los inspeccionados.
     - • Derechos de los inspeccionados.
   - – Aplicación de la normativa a casos concretos de productos de gran consumo y uso generalizado.

3. Procedimiento administrativo de control de mercado.
   - – Motivación de la actuación inspectora.
     - • Actuaciones de oficio.
     - • Actuaciones motivadas por denuncia previa.
     - • Otras motivaciones de la actuación inspectora.
   - – Procedimientos administrativos de la actuación inspectora.
     - • Procedimientos de vigilancia y control de mercado.
     - • Procedimientos de investigación y obtención de información sobre sectores del mercado sometidos a estudio.
     - • Procedimientos de asesoramiento e información a los agentes del mercado.
   - – El procedimiento administrativo de la inspección de consumo.
     - • Diseño y planificación de la actividad inspectora.

- Gestión y ejecución de las actuaciones inspectoras.
- Evaluación de la actividad inspectora.

– La toma de muestras en una inspección: Requisitos formales.
- Toma de muestras reglamentaria.
- Toma de muestras indicativa.

– Técnicas de toma de muestras.
- Toma de muestras de productos envasados.
- Toma de muestras de productos a granel.
- Toma de muestras de otros bienes.

– Tipos de análisis.
- Análisis inicial.
- Análisis contradictorio.
- Análisis dirimente.

– Función y estructura del Acta de inspección.
- Finalidad del acta de inspección. Requisitos legales.
- Datos de identificación.
- Descripción de los hechos.
- Documentación anexa.
- Tipos de actas de inspección.

– Medidas cautelares y actuaciones administrativas de protección.
- Paralización preventiva de los servicios.
- Inmovilización cautelar de los productos afectados.
- Medidas de protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios.

Unidad formativa 2.2
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS SEGUROS

Código: UF1933

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 y RP4 en relación a las actuaciones de control orientadas a garantizar la comercialización de productos seguros para su consumo y las actuaciones de registro y comunicación de riesgos en la Red de Alerta.

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Interpretar la legislación y normativa en materia de seguridad de los productos.

CE1.1 Diferenciar el marco legal en el que operan los mecanismos comunitarios de seguridad de los productos.

CE1.2 Describir las medidas administrativas con carácter de precaución frente a riesgos para la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios de productos.

C2: Integrar las actuaciones de seguridad de los productos en el marco de programas de gestión de riesgos para los consumidores y usuarios que contemple aspectos como la percepción, la evaluación y la comunicación de dichos riesgos.

CE2.1 Diferenciar los procedimientos de evaluación de riesgos para los consumidores y usuarios de los productos.

CE2.2 Participar en los procesos de gestión de riesgos derivados de productos inseguros para los consumidores en el mercado.

CE2.3 Cumplimentar los protocolos de actuación en el caso de productos con riesgo o de especial sensibilidad en el mercado.

CE2.4 Aplicar las medidas de reacción que correspondan según los riesgos o alertas derivados.

C3: Registrar acciones de notificación a las redes de productos peligrosos o redes de alerta de productos no alimentarios en el ámbito estatal y comunitario.

CE3.1 Describir el funcionamiento de las redes de alerta de productos peligrosos.

CE3.2 Gestionar los procedimientos de emisión y recepción de notificaciones.

CE3.3 Manejar las aplicaciones y sistemas de información habilitados para el registro y documentación de alertas al consumidor.

CE3.4 Valorar las ventajas y desventajas de la comunicación de alertas en medios de comunicación, páginas web, redes sociales, etc.

Contenidos:

1. La seguridad en los productos de consumo.
   - – Concepto y finalidad de la seguridad de los productos.
     - • Concepto de producto seguro.
     - • Sistemas de intercambio rápido de información.
     - • Objetivos de la red de alerta de productos peligrosos.
   - – Normativas en materia de seguridad de productos de gran consumo.
     - • Normativa de ámbito comunitario.
     - • Normativa de ámbito estatal.
     - • Normativa de ámbito autonómico.
   - – La Red de Alerta.
     - • Función del Sistema de intercambio rápido de información.
     - • Competencias de la administración nacional y autonómica en la Red de Alerta Europea.
   - – Responsabilidades de las empresas y distribuidores.
     - • Responsabilidades frente a los productos puestos en el mercado.
     - • Obligaciones con las Administraciones Públicas.
     - • Obligaciones con los consumidores y usuarios.
     - • Otro tipo de responsabilidades.
   - – Instituciones públicas y privadas responsables en materia de seguridad de los productos.
     - • Organismos y autoridades en el ámbito comunitario.
     - • Organismos y autoridades en el ámbito estatal.
     - • Organismos y autoridades en el ámbito autonómico y local.
     - • Organizaciones del ámbito privado.

2. Competencia y actuaciones administrativas en materia de seguridad de productos.
   - – Distribución de competencias en materia de seguridad de los productos en la Administración pública.
     - • Competencias de la Unión Europea.
     - • Competencias de la Administración del Estado.
     - • Competencias de las Administraciones Autonómicas.
     - • Competencias de la Administración Local.
   - – El procedimiento de actuación en materia de seguridad de los productos.
     - • Evaluación del riesgo.
     - • Consideración y aplicación de medidas reactivas.
     - • Notificación de la alerta.
     - • Comunicación de la alerta, si procede.
     - • Tramitación administrativa de la alerta.
   - – Medidas cautelares en materia de seguridad.
     - • Tipos y aplicación de medidas en materia de seguridad.
     - • Categoría de medidas preventivas y restrictivas notificables.
     - • Medidas obligatorias y voluntarias.

3. Gestión de alertas en la seguridad de productos.
   - – Infraestructura de la Red de Alerta.
   - – Registro de actuaciones y estandarización documental.
     - • Interoperabilidad y movilidad.
   - – Comunicación de alertas en el ámbito de la seguridad de los productos.
     - • Soportes para el intercambio rápido de información.
     - • Notificaciones y comunicación de actuaciones.
     - • Interoperabilidad y movilidad.
   - – Tecnologías de la información en el ámbito de la seguridad de los productos.

- Aplicaciones utilizadas en el ámbito de la evaluación de riesgos.
- Aplicaciones informáticas para la gestión de alertas.

Unidad formativa 2.3
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CONSUMO

Código: UF1934

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP1 y RP2 en relación a las actuaciones de verificación y autocontrol motivadas por los compromisos adquiridos por las empresas códigos de conducta aprobados por la empresa u organizaciones y el ejercicio de prácticas empresariales responsables.

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Aplicar los aspectos y normas de protección al consumidor desde la óptica de la empresa y la responsabilidad social corporativa.

CE1.1 Identificar los sistemas de autorregulación, códigos de conducta y buenas prácticas comerciales en el ámbito del consumo establecidos por organismos reconocidos en el ámbito nacional, europeo e internacional y justificar su aplicación en la organización/empresa.

CE1.2 Dada una empresa o actividad debidamente caracterizada analizar las consecuencias de la aplicación de un sistema de autorregulación o código de conducta a su actividad, estrategia empresarial y relaciones con los consumidores, especialmente a los colectivos más vulnerables en materia de consumo por ejemplo: discapacitados, niños y adolescentes o productos de gran consumo, bebidas y alimentación.

CE1.3 A partir de un sector/empresa/producto/servicio debidamente caracterizado determinar los aspectos a considerar para aplicar los criterios de protección de la salud, seguridad y transparencia en las acciones/promociones del plan de marketing a los productos/servicios de uso común o generalizado.

CE1.4 A partir de un producto/servicio/actividad debidamente caracterizados proponer mejoras que permitan ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos y los servicios que los consumidores necesitan y desean.

CE1.5 Valorar la importancia de la implantación de procesos de mejora continua y sistemas de control internos y voluntarios por parte de la empresa para establecer una relación duradera con los clientes y la minimización de las reclamaciones a la empresa.

CE1.6 Elaborar los protocolos o guías de actuación que permiten el seguimiento y control de las actividades relacionadas con el consumidor y la implantación de sistemas voluntarios de autorregulación adecuados a la actividad de una empresa debidamente caracterizada.

CE1.7 Identificar las certificados y etiquetas creadas por sectores industriales, ONG, asociaciones de consumidores o organismos de la administración para incentivar las empresas, productos que cumplen con la normativa en materia de consumo o están acogidos a sistemas de defensa de los consumidores.

Contenidos:

1. Sistemas de autorregulación y códigos de conducta empresarial.

– La actividad empresarial y la regulación voluntaria:
- Objetivo y finalidad de los sistemas de autorregulación de las empresas y el mercado.
- Corresponsabilidad empresarial y competitividad
- Ámbitos habituales en la autorregulación empresarial y sectorial.

– Organizaciones reconocidas a nivel nacional, autonómico e internacional en el ámbito de la autorregulación:
- AENOR.
- Agencia de protección de datos.
- Cámara de Comercio Internacional.
- Otros.

– Códigos de conducta voluntarios y responsabilidad social de las empresas.

- Códigos de buenas prácticas.
- Programas de responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.

– Certificación de Sistemas de Calidad a empresas.
- Procesos de evaluación de la calidad. Certificación y acreditación.
- Normas UNE.
- Normas ISO.

– Sistemas de autorregulación de publicidad, comercio electrónico y/o actividades comerciales relacionadas.
- Control de puntos críticos.
- Distintivos de calidad y confianza.
- Arbitraje de consumo.
- "Benchmarking" y mejores prácticas.

2. Implementación de sistemas de autorregulación empresarial en consumo.

– La responsabilidad social corporativa en materia de consumo, publicidad y fidelización del cliente.
- La responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.
- La responsabilidad social del consumidor o usuario.

– La orientación de la empresa a la satisfacción del consumidor.
- Percepción y expectativas de los consumidores y usuarios.
- Garantías y calidad de servicio.

– Implantación de sistemas de calidad total en la empresa.
- Modelos de evaluación de sistemas de calidad.
- Aplicación de los sistemas de calidad.

– Sistema interno de control interno/inspección:
- Procedimientos de análisis y control de puntos críticos.
- Auditorías internas.
- La toma de muestras.

– Documentos de Control de la calidad:
- Protocolos e instrucciones de trabajo.
- Cartas de servicios.
- Manualización de procedimientos.
- Estandarización documental.
- Gestión de avisos.

– La implantación de los procesos de mejora continúa en la empresa.
- Evaluación y retroalimentación de circuitos procedimentales.

3 Módulo formativo 3
ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Código: MF0999_3

Asociado a la Unidad de Competencia: UC0999_3: Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en materia de consumo.

Duración: 160 horas

Unidad formativa 3.1
PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y CONSUMO RESPONSABLE

Código: UF1935

Duración: 70 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3 en relación con la promoción de los derechos de los consumidores y usuarios y la implementación de acciones informativas y divulgativas dirigidas a dar respuesta a dichas derechos y el consumo responsable.

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Determinar las necesidades de información de colectivos de consumidores, empresas y organizaciones en materia de producción y consumo responsable de bienes y servicios.

CE1.1 Describir las fuentes de información y métodos para detectar necesidades y/o carencias de información en los consumidores/usuarios y/o empresas en materia de producción y consumo responsable.

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

– Interpretar los puntos de interés para la información de consumidores.

– Interpretar los aspectos/puntos de interés para la información de empresas/ organizaciones.

– Establecer relaciones entre el comportamiento de los consumidores/usuarios y la actuación de las empresas/organizaciones y la detección de necesidades de información para la corresponsabilidad.

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

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

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

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

– Definir los elementos externos que garanticen el cumplimiento de la normativa de consumo: etiquetado, precio, presentación, publicidad, y su adecuado uso, consumo o disfrute por parte de los consumidores finales.

– Establecer relaciones entre el comportamiento de los consumidores/usuarios y la actuación de las empresas/organizaciones.

– Definir la información cierta, veraz eficaz, objetiva y suficiente sobre las características esenciales de dicho producto.

CE1.7 A partir de un producto/servicio o actividad, analizar los anuncios y mensajes publicitarios que emiten detectando los aspectos que incumplen los derechos de información y transparencia y la confianza y/o satisfacción de los consumidores así como su valoración según criterios éticos, medioambientales y sociales.

C2: Definir acciones de comunicación precisas para divulgar los derechos de los consumidores y de acuerdo con unas especificaciones establecidas, contemplando las ayudas y subvenciones disponibles.

CE2.1 Describir los elementos que intervienen en las acciones de información a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.

CE2.2 Definir las principales técnicas que deben aplicarse en las acciones informativas a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.

CE2.3 Enumerar los criterios que deben aplicarse en la selección de ponentes y colaboradores para el desarrollo y ejecución de acciones de información.

CE2.4 Explicar los distintos procedimientos y medios para la difusión de las acciones de información, a partir de un supuesto convenientemente caracterizado.

CE2.5 Elaborar la documentación para el desarrollo de las acciones informativas adecuados a los fines de la misma, utilizando programas informáticos de procesadores de textos y de presentación.

CE2.6 Elaborar un programa de contenidos para una sesión de información utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

CE2.7 Identificar las ayudas y subvenciones que pueden constituir fuentes de financiación de las actividades de información al consumidor en una determinada región o espacio geográfico interpretando las condiciones que deben cumplirse para acceder a la misma.

C3: Sensibilizar y desarrollar acciones para la divulgación de información sobre el consumo responsable y responsabilidad social de las empresas.

CE3.1 Definir los conceptos de consumo responsable y de responsabilidad social de las empresas.

CE3.2 Diferenciar la normativa específica relacionada con el consumo responsable y la responsabilidad social de las empresas.

CE3.3 Describir los elementos que intervienen en las acciones de información relacionadas con el consumo responsable y la responsabilidad social de las empresas.

CE3.4 Elaborar el material y los recursos divulgativos precisos para las actividades de información y divulgación sobre el consumo responsable y la responsabilidad social de las empresas, utilizando los programas informáticos adecuados.

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

CE4.1 Explicar los objetivos y necesidades de la evaluación de las acciones información.

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

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

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

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

Contenidos:

1. Promoción de los derechos de los consumidores.

– Políticas públicas en consumo.
  - Planes de acción en materia de consumo: prevención, protección y promoción.
  - Objetivos de las actividades de promoción de los derechos de los consumidores.
  - La información, la formación y la educación como herramientas de promoción.
  - El fomento de la participación, la representación y la consulta como derecho de los consumidores.

– Iniciativas privadas en la promoción de los derechos de los consumidores.
  - El movimiento asociativo de consumidores y usuarios.
  - La relación cliente-consumidor en el ámbito empresarial.
  - Los consumidores como grupos de interés en la responsabilidad social de las empresas.

– El rol de otros actores en la promoción de los derechos de los consumidores.
  - Profesionales.
  - Medios de comunicación.
  - Partidos políticos y sindicatos.
  - Organizaciones No Gubernamentales.
  - Redes sociales.

2. Campañas divulgativas en materia de consumo.

– Diseño y planificación de una campaña informativa.
  - Mensaje.
  - Imagen.
  - Soportes.
  - Población diana.
  - Medios y recursos.

– Edición de materiales divulgativos.
  - Elaboración de contenidos.
  - Maquetación y edición.

– Evaluación de los resultados de la campaña divulgativa.
  - Elección de Indicadores de evaluación.
  - Medida de indicadores.
  - Valoración de la campaña y propuestas de acción.
  - Conclusiones.

3. Consumo responsable.

– Hábitos de consumo.
  • Modelos de comportamiento del consumidor.
  • Problemas relacionados con las conductas de consumo y gasto.
– Consumo saludable.
  • Hábitos alimentarios y nutrición.
  • Hábitos higiénicos.
  • Hábitos de ejercicio físico.
– Consumo ecológico.
  • Consumo agroecológico y permacultura.
  • Uso racional de los recursos.
  • Eficiencia energética.
  • Reducir, reciclar y reutilizar.
  • Conducción eficiente.
  • Uso responsable de los espacios compartidos.
– Consumo solidario.
  • Cooperativismo de consumo.
  • Comercio justo.
  • Economía solidaria.
  • Soberanía alimentaria.
  • Intercambios sociales y bancos de tiempo.
– Compra responsable.
  • Compra compulsiva y adicción al consumo.
  • Educación financiera.
  • Alternativas de compra responsable.

Unidad formativa 3.2
ACCIONES DE FORMACIÓN A COLECTIVOS VULNERABLES EN CONSUMO

Código: UF1936

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 y RP4 en relación con las actividades de formación y educación.

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Determinar las necesidades de formación y educación de colectivos de consumidores vulnerables en materia de bienes y servicios de consumo generalizado.

CE1.1 Definir los criterios de vulnerabilidad para la sistematización de colectivos en materia de consumo.

CE1.2 Describir las fuentes de información y métodos para detectar necesidades y/o carencias de formación/educación en los consumidores/usuarios vulnerables.

CE1.3 Diferenciar la normativa específica relacionada con la protección de las personas consumidoras con capacidades diferentes.

CE1.4 A partir de una publicación/normativa en materia de consumo:
  – Interpretar los puntos de interés para la formación/educación de consumidores.
  – Interpretar los aspectos/puntos de interés para la formación/educación de empresas/organizaciones.
  – Establecer relaciones entre el comportamiento de los consumidores/usuarios y la actuación de las empresas/organizaciones y la detección de necesidades de formación/educación.

C2: Definir acciones de formación y educación precisas para dar respuesta a necesidades detectadas en colectivos vulnerables, de acuerdo con unas especificaciones establecidas, contemplando las ayudas y subvenciones disponibles.

CE2.1 Describir los elementos que intervienen en las acciones de formación/ educación a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.

CE2.2 Definir las principales técnicas y métodos pedagógicos que deben aplicarse en las acciones formativas/educativas a colectivos de consumidores, empresas u organizaciones.

CE2.3 Enumerar los criterios que deben aplicarse en la selección de ponentes y colaboradores para el desarrollo y ejecución de acciones de formación/educación.

CE2.4 Explicar los distintos procedimientos y medios para la difusión de las acciones de formación/educación, a partir de un supuesto convenientemente caracterizado.

CE2.5 Elaborar la documentación para el desarrollo de las acciones formativas/ educativas adecuadas a los fines de la misma, utilizando programas informáticos de procesadores de textos y de presentación.

CE2.6 Determinar a partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado, en el que se detalla un tema objeto de un plan de formación, el público destinatario y presupuestos disponibles y utilizando un programa informático de gestión de proyectos/tareas:

- Objetivos de las acciones a desarrollar
- Metodología que se va a utilizar en la formación.
- Desarrollo didáctico de los contenidos.
- Recursos humanos necesarios y perfil de ponentes y colaboradores.
- Recursos materiales y documentación.
- Características del espacio más adecuado para el desarrollo de la acción de formación/educación.
- Cronograma y duración de las acciones.
- Presupuesto y financiación
- Medios de difusión de la actividad.

CE2.7 Elaborar un programa de contenidos para una sesión de formación/educación utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

CE2.8 Identificar las ayudas y subvenciones que pueden constituir fuentes de financiación de las actividades de formación/educación al consumidor en una determinada región o espacio geográfico interpretando las condiciones que deben cumplirse para acceder a la misma.

C3: Realizar acciones de formación y educación a colectivos de consumidores vulnerables aplicando técnicas de dinamización y persuasión efectivas adaptadas a las características del colectivo.

CE3.1 Describir los elementos que intervienen en las acciones de formación/educación a colectivos de consumidores vulnerables.

CE3.2 Definir las principales técnicas que deben aplicarse en las acciones formativas/educativas a colectivos de consumidores vulnerables.

CE3.3 Enumerar los criterios que deben aplicarse en la selección de ponentes y colaboradores para el desarrollo y ejecución de acciones de formación/educación dirigidas a colectivos vulnerables.

CE3.4 Elaborar el material y los recursos didácticos adecuados al perfil de los respectivos colectivos vulnerables destinatarios de la acción, en su caso, utilizando los programas informáticos adecuados.

CE3.5 Identificar las técnicas de comunicación oral y dinámica de grupos para cumplir objetivos de la acción de formación/educación en situaciones de simulación, adecuándolos a las peculiaridades de los distintos colectivos de consumidores vulnerables.

CE3.6 Manejar las variables específicas que pueden incidir en la participación en actividades de formación/educación, de modo que se minimice su influencia en el proceso.

CE3.7 A partir de diferentes casos de acciones de formación/educación a grupos de pequeños, medianos y grandes, debidamente caracterizados, realizar simulaciones de acciones de asesoramiento, información y/o formación.

CE3.8 Preparar un guión con todos los componentes necesarios para realizar una sesión de formación o educación a un colectivo con un determinado perfil y necesidades en el ámbito del consumo.

CE3.9 Elaborar el material y los recursos didácticos adecuados al perfil de los destinatarios de la acción utilizando los programas informáticos adecuados.

CE3.10 Aplicar técnicas de comunicación oral y dinámica de grupos para cumplir objetivos de la acción de formación en situaciones de simulación.

CE3.11 Desarrollar de una sesión de dinamización y formación de al menos 30’ de duración de acuerdo al perfil de los destinatarios y los objetivos de programación previstos

C4: Valorar la importancia de evaluar la calidad y eficacia de una acción de formación y educación en consumo a colectivos vulnerables aplicando métodos y técnicas para su comprobación y evaluación de acuerdo con unas especificaciones establecidas.

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

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

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

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

CE4.5 A partir de un caso práctico utilizar una hoja de cálculo informático para controlar las desviaciones entre un presupuesto previo y el real tras el desarrollo de la actividad formativa/educativa.

Contenidos:

1. Identificación de necesidades en colectivos vulnerables

– Población objetivo sensible o vulnerable en materia de consumo:
  • Concepto.
  • Población vulnerable por situaciones de inferioridad o falta de transparencia.
  • Sectores, empresas y productos y/o servicios sensibles en materia de consumo.
– Técnicas de segmentación de mercados aplicados al consumo:
  • Naturaleza y proceso de la segmentación del mercado y los consumidores.
  • La segmentación del mercado según criterios de protección al consumidor.
– Aplicación de las técnicas de segmentación para la identificación y caracterización de colectivos vulnerables.

2. Diseño de acciones de formación en consumo a colectivos vulnerables.

– Planificación de actividades dirigidas a la formación en consumo a colectivos vulnerables.
  • Objetivos de las acciones de información y formación.
  • Cronogramas.
  • Presupuestos.
  • Difusión de las acciones.
– Metodología didáctica:
  • Métodos didácticos.
  • Técnicas de aprendizaje.
  • Dinámica de grupos.
  • Recursos didácticos.
– Educación de adultos.
– Tipos de recursos didácticos.
– Elaboración de contenidos y edición de materiales didácticos dirigidos a colectivos vulnerables en materia de consumo.
  • Características del colectivo.
  • Accesibilidad.

3. Dinamización de colectivos vulnerables.

– Procesos de comunicación a pequeños o grandes grupos.
  • Aplicación de técnicas de dinamización y dirección de grupos.
– Técnicas de comunicación y dinámica de grupos.
– Dinámica de grupos y habilidades personales de comunicación.
– El proceso de comunicación:
  • Tipos de comunicación.
  • Dificultades y barreras en la comunicación.
– Comunicación oral:
  • Características de la comunicación oral.
  • Comunicación no verbal.
– Las presentaciones a través de aplicaciones informáticas.
  • Preparación de presentaciones en materia de información y formación en consumo.
  • Estructura de una presentación.

- Aplicaciones y software específico para la elaboración de presentaciones.
- Utilidades de animación de presentaciones.

4. Control y evaluación de acciones de formación y educación a colectivos vulnerables en consumo.
   – Calidad de las acciones de formación en consumo.
   – Evaluación de la acción de formación.
   – Metodología de la evaluación de acciones de formación:
      - Pruebas de evaluación.
      - Efectividad y satisfacción de los objetivos.
   – Evaluación de la acción y los recursos disponibles:
      - Objetivos de la evaluación.
      - Contenidos.
      - Actividades.
      - Metodología.
      - Recursos.
      - Formadores.

– Elaboración de informes de evaluación.

4 Módulo formativo 4
MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO

Código: MP0407

Duración: 80 horas

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Elaborar documentación con información en materia de consumo por medios convencionales e informáticos.

CE1.1 Identificar y utilizar distintas fuentes de obtención de información/documentación en materia de consumo.

CE1.2 Aplicar técnicas de archivo y catalogación de información, en formato convencional e informático correspondiente.

CE1.3 Aplicar técnicas de elaboración y presentación de documentación de forma convencional e informática.

CE1.4 Cumplir los procedimientos de la organización y normativa en materia de protección de datos, confidencialidad y seguridad de la información.

C2: Aplicar y colaborar en procedimientos preestablecidos en las actuaciones de control, seguridad de los productos y actividades de regulación voluntaria incorporando los criterios de protección de la salud, seguridad y transparencia al consumidor y cliente.

CE2.1 Determinar las fases de una actuación de control para la consecución de los objetivos prefijados en el ámbito de la empresa o marcados en un plan de control de consumo, señalando los sectores, departamentos y/o productos y servicios afectados.

CE2.2 Interpretar el protocolo de actuación o guía de actuaciones de la organización -administración o empresa- y cumplimentar los cuestionarios, fichas o documentos de control diseñados al efecto de la actuación.

CE2.3 A partir de una situación de actuación de control de consumo, comunicar a los interesados en la actuación de control de forma clara y comprensible el objetivo de la acción de control/inspección y el procedimiento que se va a seguir y colaborar en la obtención de información del Acta de la actuación y entregando en el acto de control a los titulares de la empresa, su representante legal o empleado copia de la misma.

CE2.4 Integrar las actuaciones de seguridad de los productos en el plan preventivo establecido por la organización tanto en percepción, evaluación, gestión y comunicación de riesgos y alertas en consumo.

CE2.5 Manejar las aplicaciones y sistemas de información habilitados para el registro y documentación de alertas al cliente y consumidor.

C3: Colaborar en la definición, preparación e impartición de acciones de información y comunicación de grupos de clientes o consumidores vulnerables y el consumo responsable.

CE3.1 Diseñar y determinar mecanismos y procedimientos diferenciados de formación/educación a clientes y personas consumidoras con especial vulnerabilidad.

CE3.2 Colaborar en la determinación del material y los recursos didácticos adecuados al perfil de los respectivos colectivos vulnerables destinatarios de la acción, en su caso, utilizando los programas informáticos adecuados.

CE3.3 Determinar un plan de formación acorde a un colectivo y público destinatario y presupuesto determinado y utilizando un programa informático de gestión de proyectos/tareas:

– Objetivos de las acciones a desarrollar
– Metodología que se va a utilizar en la formación.
– Desarrollo didáctico de los contenidos.
– Recursos humanos necesarios y perfil de ponentes y colaboradores.
– Recursos materiales y documentación.
– Características del espacio más adecuado para el desarrollo de la acción de formación/educación.
– Cronograma y duración de las acciones.
– Presupuesto y financiación.
– Medios de difusión de la actividad.

CE3.4 Identificar las ayudas y subvenciones que pueden constituir fuentes de financiación de las actividades de información al consumidor en una determinada región o espacio geográfico interpretando las condiciones que deben cumplirse para acceder a la misma.

CE3.5 Aplicar técnicas de comunicación oral y dinámica de grupos para cumplir objetivos de la acción de formación/educación en situaciones de simulación, adecuándolos a las peculiaridades de los distintos colectivos de consumidores vulnerables.

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 Emprender 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. Elaboración de bases de datos, informes y documentación en consumo

– Obtención de información en consumo.
– Utilización de bases de datos y centros documentales en materia de consumo.
– Tratamiento de la información en consumo en formato convencional e informático adecuado.
– Elaboración de documentación en procesos de información y control de mercado en consumo.
– Síntesis de la información y documentación en consumo.

2. Asistencia en actividades de control de mercado y de seguridad de los productos y de regulación voluntaria.

– Actuación programada en materia de control de mercado.
– Actuación de inspección motivada por denuncia de los consumidores.
– Actuación derivada de la red de alerta de productos peligrosos.
– Desarrollo de actividades en el marco de la regulación voluntaria orientadas al autocontrol de la calidad y la seguridad de los productos en relación con los derechos de los consumidores y usuarios.

3. Información y formación en consumo

– Desarrollo de actividades de formación e información al consumidor según tipo de organización: administración local, autonómica o empresas.
– Asesoramiento al consumidor en materia de productos y servicios, seguridad en el consumo y reclamaciones.
– Desarrollo de actividades de formación e información dirigidas a colectivos de consumidores vulnerables a través de sus mediadores.

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, REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS Y CRITERIOS DE ACCESO PARA EL ALUMNADO

PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

CRITERIOS DE ACCESO PARA EL ALUMNADO

PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

MÓDULO FORMATIVO	ACREDITACIÓN REQUERIDA	EXPERIENCIA PROFESIONAL REQUERIDA EN EL ÁMBITO DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA
MF0246_3 Organización de un sistema de información de consumo	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años
MF0998_3 Actuaciones de control de consumo	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años
MF0999_3 Asesoramiento y formación en materia de consumo	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años

De acuerdo con la normativa, para acreditar la competencia docente requerida, el formador o la formadora, experto o experta deberá estar en posesión bien del certificado de profesionalidad de Formador Ocupacional o formación equivalente en metodología didáctica de formación profesional para adultos.

Estarán exentos:

Quienes estén en posesión de las titulaciones de Pedagogía, Psicopedagogía o de Maestros en todas sus especialidades, o título de graduado en Psicología o título de graduado en Pedagogía o postgrado de especialización en Psicopedagogía.

Quienes posean una titulación universitaria oficial distinta de las indicadas en el apartado anterior y además se encuentren en posesión del título de Especialización didáctica expedido por el Ministerio de Educación o equivalentes.

Quienes acrediten una experiencia docente contrastada de al menos 600 horas en los últimos siete años en formación profesional para el empleo o del sistema educativo.

ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

ESPACIO FORMATIVO	SUPERFICIE M² 15 ALUMNOS	SUPERFICIE M² 25 ALUMNOS
Aula de gestión	45	60

ESPACIO FORMATIVO	M2	M3	M4
Aula de gestión	X	X	X

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
Aula de gestión	– Equipos audiovisuales. – PCs instalados en red, cañón de proyección e internet. – Software específico de la especialidad. – Pizarras para escribir con rotulador. – Rotafolios. – Material de aula. – Mesa y silla para formador. – Mesas y sillas para alumnos.

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

CRITERIOS DE ACCESO PARA EL ALUMNADO

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
EMPLEGU ETA GIZARTE
GAIETAKO SAILA
DEPARTAMENTO DE EMPLEO
Y ASUNTOS SOCIALES