



Componente Curricular
Bachillerato Técnico

Figura Profesional **Comercialización
y Ventas**

FIGURA PROFESIONAL

ESPECIFICACIÓN DE COMPETENCIA

COMPETENCIA GENERAL

Realizar el almacenamiento, la expedición y la venta de productos y/o servicios en el ámbito local y/o nacional, aplicando planes de actuación comercial, de acuerdo con objetivos y procedimientos establecidos y con la normativa vigente, y optimizando, en cada operación, los resultados de las gestiones asignadas a su ámbito de responsabilidad; y, en su caso, administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

RELACIÓN DE UNIDADES DE COMPETENCIA

UC 1- Gestionar operaciones de almacenamiento y de expedición de productos.

UC 2- Realizar las actividades de animación del punto de venta.

UC 3- Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.

ELEMENTOS DE COMPETENCIA

UC 1 - GESTIONAR OPERACIONES DE ALMACENAMIENTO Y DE EXPEDICIÓN DE PRODUCTOS

- | | |
|--|---|
| <p>1.1 Organizar los recursos asignados al almacén (tanto humanos como materiales) en la ejecución de operaciones, atribuidas a su ámbito de competencia, de recepción, distribución interna en el almacén y expedición de productos, de acuerdo, en su caso, con las instrucciones recibidas, optimizando con eficiencia su almacenamiento y aplicando la normativa de seguridad y salud laboral y, cuando proceda, las especificaciones técnicas de seguridad y/o conservación de productos determinados.</p> <p>1.2 Supervisar las entradas de aprovisionamientos, comprobando que se ajustan a las condiciones contratadas en los pedidos correspondientes.</p> <p>1.3 Gestionar, en el ámbito de su competencia y de acuerdo con criterios establecidos, las existencias en almacén, asegurando un nivel adecuado de aprovisionamiento, manteniendo actualizada</p> | <p>la información requerida y minimizando los costos de almacenamiento.</p> <p>1.4 Gestionar, de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, operaciones de expedición de productos para su distribución a clientes o a otros departamentos de la organización, utilizando el embalaje y el medio de transporte requeridos para garantizar que la entrega se efectúa en el estado, la forma y los plazos determinados en las condiciones contratadas y/o en las especificadas por la empresa.</p> <p>1.5 Verificar, en el ámbito de su competencia, que el funcionamiento del almacén cumple los criterios establecidos, la normativa de seguridad y salud laboral y, en su caso, las especificaciones técnicas.</p> |
|--|---|

UC2- REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- | | |
|--|---|
| <p>2.1 Montar, de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, la vitrina previamente diseñada, transmitiendo la imagen del establecimiento determinada por los objetivos comerciales de la organización y, en su caso, ajustándose a las normas específicas de seguridad.</p> <p>2.2 Preparar y aprovisionar los lineales de productos, de acuerdo con los criterios y los procedimientos establecidos, optimizando el uso del espacio, consiguiendo la complementariedad de los artículos y facilitando a los clientes la opción de compra según los objetivos comerciales de la organización.</p> | <p>2.3 Mantener actualizada la información para orientar adecuadamente a los clientes en el punto de venta, elaborando y ubicando la «cartelística» del establecimiento y las etiquetas de los productos, según los procedimientos y los objetivos comerciales establecidos.</p> <p>2.4 Calentar «puntos fríos», de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, para incrementar el volumen de ventas, utilizando adecuadamente las ofertas y promociones de productos determinadas en los planes de actuación comercial de la organización.</p> |
|--|---|

UC 3 – REALIZAR LAS OPERACIONES DE VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- 3.1 Identificar y seleccionar clientes potenciales en el ámbito de su responsabilidad, de acuerdo con criterios establecidos y con los objetivos comerciales de la organización.
- 3.2 Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa a las características específicas de cada cliente.
- 3.3 Atender al cliente en su demanda de productos y/o servicios, informándole y asesorándole adecuadamente según sus necesidades, de acuerdo con procedimientos establecidos para el desarrollo de la actuación comercial, adaptados a las características propias de cada cliente, y de modo que se inicien y/o mantengan relaciones comerciales adecuadas a los objetivos comerciales marcados.
- 3.4 Conseguir el cierre de la venta, satisfaciendo adecuadamente las necesidades del cliente, dentro de los márgenes de actuación de venta y de los objetivos comerciales establecidos por la empresa, de modo que se promuevan las buenas relaciones comerciales presentes y futuras.
- 3.5 Resolver, en el marco de su responsabilidad, las reclamaciones presentadas por los clientes o, en su caso, orientarles adecuadamente derivándoles hacia las personas y/o departamentos con competencias para resolverlas, según el tipo de reclamación y los criterios y procedimientos establecidos por la organización.
- 3.6 Realizar y verificar las operaciones de cobro y pago en los medios y términos establecidos por la empresa, asegurando su fiabilidad y exactitud y manteniendo actualizada la información de los flujos de tesorería.

DESARROLLO DE UNIDADES DE COMPETENCIA

UC 1- GESTIONAR OPERACIONES DE ALMACENAMIENTO Y DE EXPEDICION DE PRODUCTOS

ELEMENTO DE COMPETENCIA	CRITERIO DE REALIZACION
1.1 Organizar los recursos asignados al almacén (tanto humanos como materiales) en la ejecución de operaciones, atribuidas a su ámbito de competencia, de recepción, distribución interna en el almacén y expedición de productos, de acuerdo, en su caso, con las instrucciones recibidas, optimizando con eficiencia su almacenamiento y aplicando la normativa de seguridad y salud laboral y, cuando proceda, las especificaciones técnicas de seguridad y/o conservación de productos determinados.	<ul style="list-style-type: none"> - Se identifican los parámetros establecidos por la entidad y/o, en su caso, normalizados para la organización de los procesos de almacenaje, la estructura de espacios y las condiciones del almacén. - Se determina el procedimiento de distribución, manipulación y movimiento de los productos en el almacén de acuerdo con criterios y métodos establecidos por la organización consiguiendo la optimización del espacio y del tiempo de operación. - Se asignan los recursos humanos y materiales necesarios en cada operación, atribuida a su ámbito de competencia, de recepción, distribución interna en el almacén y expedición de mercancías, de manera que se optimice el tiempo necesario para realizarla y se garantice el estado físico de los productos. - Se establece un itinerario que optimice los tiempos en las operaciones de almacenaje y facilite la movilidad en la manipulación de los productos. - Se dan las instrucciones precisas para la ubicación de los productos, de acuerdo con criterios establecidos y con las normas de seguridad e higiene, optimizando el espacio disponible y la rotación necesaria de los productos. - Se establecen los criterios de manipulación de los productos de acuerdo con sus características, los procedimientos establecidos y las normas de seguridad e higiene. - Se organiza, según los criterios y los métodos establecidos por la organización, el proceso de tratamiento de la información, utilizando los métodos informáticos apropiados para facilitar el acceso a la información actualizada sobre el funcionamiento del almacén
1.2 Supervisar las entradas de aprovisionamientos, comprobando que se ajustan a las condiciones contratadas en los pedidos correspondientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Se detectan posibles defectos en la cantidad, fecha de caducidad, daños y pérdidas. - Se gestiona con el departamento técnico, si procede, la comprobación de las características técnicas del producto. - Se compara la nota de entrega que acompaña las entradas de productos con la factura correspondiente y se comprueban en él los precios, unidades, descuentos, impuestos y las operaciones aritméticas.
1.3 Gestionar, en el ámbito de su competencia y de acuerdo con criterios establecidos, las existencias en almacén, asegurando un nivel adecuado de aprovisionamiento, manteniendo actualizada la información requerida y minimizando los costos de almacenamiento.	<ul style="list-style-type: none"> - Se registran las entradas y salidas de productos en las fichas de almacén y se mantienen actualizadas siguiendo procedimientos establecidos. - El nivel de existencias se mantiene en los límites fijados, realizando las previsiones de existencias oportunas para evitar roturas y/o volúmenes anormales de stocks, de manera que se optimice la relación entre el volumen de stocks y el nivel de servicio. - Se valoran correctamente los productos en el almacén, aplicando el criterio de valoración establecido (incluyendo: PROMEDIO PONDERADO,

- UEPS, PEPS...).
- En los periodos determinados, se dan las instrucciones precisas al equipo correspondiente para realizar el recuento físico del producto almacenado en el plazo convenido.
 - El inventario se realiza en el formato adecuado y en la fecha establecida, efectuando correctamente los cálculos necesarios.
 - Se comprueba la concordancia entre la información de las fichas de almacén y el recuento físico de los productos, detectando las posibles desviaciones y realizando las correcciones oportunas y/o transmitiendo en su caso la incidencia originada.
 - Se transmite en tiempo y forma la información requerida a los departamentos correspondientes.
 - Se mantiene actualizada en todo momento la información sobre las existencias en el almacén.
- 1.4 Gestionar, de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, operaciones de expedición de productos para su distribución a clientes o a otros departamentos de la organización, utilizando el embalaje y el medio de transporte requeridos para garantizar que la entrega se efectúa en el estado, la forma y los plazos determinados en las condiciones contratadas y/o en las especificadas por la empresa.
- Se comprueba que la mercancía existente en el almacén cubre las necesidades del pedido, en cuanto a calidad y cantidad del mismo.
 - Se verifica que el acondicionamiento de la mercancía se adecua a las condiciones establecidas.
 - En la preparación del pedido y siguiendo procedimientos establecidos, se asegura que:
 - El acondicionamiento de la mercancía se realiza con el embalaje establecido y adecuado a sus características. El pedido esté disponible para su expedición en la fecha pactada.
 - El lugar de colocación de las etiquetas en el embalaje sea el adecuado y la información que debe registrarse en las mismas identifique fácilmente la mercancía (incluyendo: remitente, destinatario, características esenciales como peligrosidad, fragilidad...).
 - Se verifica que la mercancía expedida va acompañada de la documentación necesaria y que los datos son los correctos
 - En la operación de carga en el medio de transporte determinando, se determina adecuadamente siguiendo procedimientos establecidos:
 - La mercancía que hay que trasladar y número de unidades.
 - La ubicación en el almacén.
 - El sistemas de manipulación, de acuerdo con las características del producto, asegurando la protección física.
 - La colocación en el medio de transporte de acuerdo con las características del producto, espacios y orden de entrega en destino.
 - Se identifica la información de los distintos servicios de transporte (incluyendo: normativa aplicable y características técnicas de cada medio, condiciones ofrecidas, funcionamiento, fletes y tarifas, coste/tarifas de operaciones auxiliares, coste corresponsal...) aplicando técnicas de organización y tratamiento de la información.
 - Se selecciona el medio de transporte optimizando los parámetros que lo definen (incluyendo: coste, destino, volumen, rapidez...), de acuerdo con las características del pedido, los procedimientos establecidos y/o las instrucciones recibidas.
 - Se calculan correctamente los costos de distribución para su control, proponiendo y aplicando, en su caso, medidas que los optimicen.
 - Se verifica que las mercancías llegan a su destino en las condiciones y los plazos establecidos y, en su caso, se detectan y resuelven con rapidez las contingencias

- 1.5 Verificar, en el ámbito de su competencia, que el funcionamiento del almacén cumple los criterios establecidos, la normativa de seguridad y salud laboral y, en su caso, las especificaciones técnicas.

- producidas durante la operación de distribución o se informa sobre las mismas a quien le compete.
- Se mantiene actualizada en todo momento la información sobre la expedición de mercancías.
- Se supervisa la actuación del equipo humano del almacén en cada operación de recepción, almacenaje y expedición de productos, verificando la optimización de tiempos y la aplicación de los procedimientos establecidos según las características de las mercancías y la normativa de seguridad e higiene.
- Se comprueba que en el emplazamiento de las mercancías se han aplicado los criterios establecidos, las medidas de seguridad y salud laboral y, en su caso, las especificaciones técnicas correspondientes.
- Se verifica que el estado de conservación del almacén (incluyendo: espacio físico, mobiliario, herramientas, utillaje, medidas antiincendios...) se ajusta a los criterios establecidos y a la normativa de seguridad y salud laboral.
- Se transmite cualquier anomalía detectada, proponiendo, si es necesario, medidas correctoras.

Especificación de campo ocupacional

Información (naturaleza, tipos y soportes):

Directrices establecidas para la organización y gestión del almacén (incluyendo: stocks de seguridad, criterios de valoración de existencias, periodos de entrega, condiciones de almacenamiento según las características de los productos...). Información sobre inventarios (incluyendo: listado de huecos de almacén, listado ABC de mercancías, valoración de existencias...). Documentación administrativa relacionada con el almacén (notas de entrega de entrada y de salida, facturas, órdenes de pedidos y fichas de almacén). Información sobre sistemas de manipulación de cargas y sobre equipos y herramientas de transporte interno en el almacén. Normativa sobre seguridad y salud laboral. En su caso, normativa sobre especificaciones de seguridad, manipulación y conservación de productos característicos (incluyendo: alimentos, productos sanitarios, productos peligrosos, materias primas, productos intermedios...). Normativa sobre envases y embalajes. Información sobre la estructura de canales de distribución en función del producto (entorno, proveedores, intermediarios, clientes y conflictos de competencia). Directrices establecidas por la organización sobre canales de distribución. En su caso, directrices establecidas por la organización sobre distribución interna de productos. Normativa sobre transporte marítimo, aéreo, terrestre y multimodal. Información sobre distintos medios de transporte (incluyendo: operadores, salidas, destinos, tarifas, cargas y embarques, tiempos...). Modelos de contratos de transporte (marítimos, aéreos, terrestres y multimodales)

Medios para el tratamiento de información:

Equipos: computadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso. Programas: entornos de usuario (incluyendo: software de red, Internet, correo

electrónico, videoconferencia...), aplicaciones de organización y gestión de almacén, aplicaciones de facturación y programas de ofimática (incluyendo: tratamiento de textos, bases de datos, hojas de cálculo...).

Procesos, métodos y procedimientos:

Procedimientos establecidos de organización, ejecución y control del almacenamiento de productos en sus distintas fases de recepción, manipulación y distribución interna y expedición. Métodos normalizados de valoración de existencias (incluyendo: PROMEDIO PONDERADO, PEPS, UEPS...). Procedimientos establecidos de cálculo y valoración de inventarios (incluyendo: stock de seguridad, stock óptimo, volumen de pedido, inventarios contables y físicos...). Procedimientos establecidos de cálculo de costos de distribución y almacenamiento. Procedimientos generales de análisis comparativos de distintos medios de transporte. **Principales resultados del trabajo:**

Aprovisionamiento garantizado en el ámbito de su competencia. Productos almacenados de acuerdo con sus características técnicas, los requerimientos de la empresa y la normativa de seguridad y salud. Recepción y expedición de pedidos en el estado, la forma y los plazos requeridos. Información sobre inventarios actualizada y valorada (inventario contable y físico).

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio:

Externas al centro de trabajo: Empresas de transporte. Empresas suministradoras de embalajes y envases. Proveedores. Clientes. *Internas:* En su caso, jefe de almacén. Jefe de Logística. Departamentos de Compras. Departamentos de producción. Departamentos comerciales. Departamento de contabilidad.

Especificación de conocimientos y capacidades

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Analizar los factores que intervienen y determinan los procesos de almacenamiento, relacionando los diferentes tipos de organización y distribución interna y de sistemas de manipulación con las distintas clases de existencias.
2. Comparar los métodos y procedimientos de control y valoración de existencias y de elaboración de inventarios, diferenciando sus características y funciones y las normas que los regulan.
3. Relacionar los embalajes, etiquetas y medios de transporte con la tipología de los productos y destinos.
4. Especificar las características fundamentales de los medios de transporte, determinando su importancia relativa en el proceso de selección de la modalidad más adecuada en función del tipo de producto y de destino.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

1. **Conceptos fundamentales de organización de almacenes.** Planificación y tipología.

2. **Conceptos y hechos asociados al almacenamiento y distribución interna de productos:** Sistemas de almacenaje: ventajas e inconvenientes. Procedimientos de manipulación de cargas o mercancías. Variables y métodos básicos para el cálculo de los costos de almacenamiento y manipulación de productos.
3. **Conceptos y hechos asociados a la gestión de «stocks» e inventarios.** Criterios de clasificación de «stocks». Análisis de la rotación de existencias. Punto de pedido. Métodos de valoración de existencias: promedio ponderado, PEPS, UEPS, último precio mercado. Inventarios.
4. **Conceptos y hechos asociados a la expedición de mercancías.** Características básicas de los medios de transporte. Tipos de embalaje y etiquetado. Elementos fundamentales del proceso de preparación de un pedido.
5. **Normativa de seguridad y salud laboral en el almacén:** Normas aplicables según el tipo de almacén y de producto.
6. **Conceptos y hechos asociados a programas informáticos de gestión de almacenes.** Facturación. Control y gestión de almacén.

UC 2- REALIZAR LAS ACTIVIDADES DE ANIMACION DEL PUNTO DE VISTA

ELEMENTO DE COMPETENCIA

CRITERIO DE REALIZACION

- 2.1 Montar, de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, la vitrina previamente diseñada, transmitiendo la imagen del establecimiento determinada por los objetivos comerciales de la organización y, en su caso, ajustándose a las normas específicas de seguridad.
- 2.2 Preparar y aprovisionar los lineales de productos, de acuerdo con los criterios y los procedimientos establecidos, optimizando el uso del espacio, consiguiendo la complementariedad de los artículos y facilitando a los clientes la opción de compra según los objetivos comerciales de la organización.
- 2.3 Mantener actualizada la información para orientar adecuadamente a los clientes en el punto de venta, elaborando y ubicando la «cartelística» del establecimiento y las etiquetas de los productos, según los procedimientos y los objetivos comerciales establecidos.
- Se identifica la imagen que se va a transmitir y los parámetros que determinan el vitrina definido: dimensión; elementos que lo componen (productos y tipo de materiales de composición); distribución; períodos de montaje; normas de seguridad; instalación de iluminación; volúmenes
 - Se organiza el montaje del vitrina determinando: herramientas que se van a utilizar; fases de ejecución según el tiempo establecido; aprovisionamiento y preparación de los materiales; las instalaciones precisas.
 - En la ejecución del montaje, se disponen, mezclan, manipulan y transforman los materiales con habilidad teniendo en cuenta técnicas de color, características físicas de los productos y materiales, y la normativa de seguridad para conseguir el efecto deseado.
 - Las vitrinas se modifican periódicamente, cambiando los productos y demás elementos componentes del mismo, de acuerdo con las especificaciones recibidas.
 - En pequeños establecimientos, se define el vitrina que se va a montar en función del tipo de cliente cuya atención se quiere captar, potenciando los artículos con elementos decorativos adecuados y remarcando las diferencias de la oferta del establecimiento con respecto a la competencia.
 - Los lineales se distribuyen por familias de productos, según la planificación establecida por la empresa, en función de su utilización y normativa vigente.
 - La disposición de los productos dentro del lineal se realiza vertical u horizontalmente, siguiendo criterios de «merchandising» (incluyendo: impresión de orden, ubicación al alcance del cliente, concentración de la atención del cliente en una zona espacial reducida, optimización de los niveles del lineal...)
 - En el mobiliario del punto de venta, se colocan los diferentes productos, teniendo en cuenta el número de caras para que sea perfectamente visible por el cliente desde diferentes ángulos.
 - Los productos se reponen en las secciones en el momento que se observa que están alcanzando el límite de rotura de «stock».
 - Los productos a los que se desee dar mayor salida, según los planes de venta establecidos, se sitúan a la altura de los ojos facilitando la decisión de compra.
 - Los productos buscados a propósito por el consumidor se ubican en la zona próxima al suelo.
 - Se observan las medidas de seguridad e higiene en los lineales de productos.
 - Se confeccionan los carteles precisos (incluyendo: de precios, promociones, secciones...) aplicando las técnicas más adecuadas de rotulación y/o manejando programas informáticos de autoedición.
 - Se marcan, según instrucciones recibidas, los sentidos de circulación precisos dentro del establecimiento utilizando técnicas y principios de «merchandising».

- Se combinan correctamente forma, color, textura y tipo de letra, para lograr el mejor contraste y armonía en los carteles y una fácil lectura a la distancia adecuada.
 - En la realización de la cartelística promocional se expresa con claridad y exactitud las secciones y productos en promoción.
 - Las etiquetas se colocan en una posición segura y visible que facilite el acceso a la información que proporcionan.
 - El proceso de etiquetado se lleva a cabo clasificando y manipulando los productos de acuerdo con sus características y evitando daños en los mismos.
 - La elaboración de las etiquetas de los productos se realiza en función de la información que se desea proporcionar (incluyendo: precio, proveedor, características relevantes...).
 - Las etiquetas de precios se mantienen actualizadas en todo momento comprobando las ofertas de productos y etiquetando de nuevo, si es necesario.
- 2.4 Calentar «puntos fríos», de acuerdo con las instrucciones recibidas y con los procedimientos establecidos, para incrementar el volumen de ventas, utilizando adecuadamente las ofertas y promociones de productos determinadas en los planes de actuación comercial de la organización.
- Se colocan las islas precisas, con el fin de atraer la atención del cliente sobre los productos en oferta y promoción.
 - Se sitúan las áreas de base necesarias para forzar el recorrido del comprador por gran parte del establecimiento.
 - Se colocan los indicadores visuales precisos que señalen al cliente donde se hallan las áreas promocionales.
 - Se organizan las actuaciones puntuales de promoción necesarias (demostraciones de funcionamiento y utilización de productos, degustaciones, centros de atención y animación), de acuerdo con las especificaciones recibidas, informando de promociones, artículos y oportunidades.

Especificación de campo ocupacional

Información (naturaleza, tipos y soportes):

Informes sobre seguimiento de ventas (incluyendo: ventas por secciones, ventas promocionales, ventas de cabeceras de góndola, ventas de productos expuestos en el vitrina...). Directrices de la empresa sobre la animación del punto de venta (Incluyendo: objetivos de ventas, distribución de productos en la superficie de venta, decoración del establecimiento, presentaciones especiales, espacios destacados, criterios de exhibición en vitrina, promociones y ofertas...). Catálogo de productos (incluyendo: características técnicas, precios, condiciones de venta...). Normas de seguridad y salud laboral para establecimientos comerciales. En su caso, normativa sobre especificaciones de seguridad, manipulación y conservación de productos característicos (incluyendo: alimentos, productos sanitarios, productos peligrosos...). Directrices de la empresa y normativa sobre etiquetado, envases y embalajes.

Medios para el tratamiento de la información:

Equios: computadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso. Programas: entornos de usuario (incluyendo: software de red, Internet, correo electrónico...), aplicaciones gráficas y de autoedición.

Útiles y materiales: Materiales y elementos de decoración y realización de vitrinas. Útiles para la preparación de lineales. Elementos de PLV

(publicidad en el lugar de venta) propios o del fabricante.

Procesos, métodos y procedimientos:

Procedimientos normalizados sobre distribución, reposición y etiquetado de productos. Procedimientos establecidos de montaje de vitrinas. Procedimientos establecidos sobre la elaboración y ubicación de la información en el establecimiento comercial. Procedimientos normalizados para «calentar puntos fríos» en establecimientos comerciales.

Principales resultados del trabajo:

Aprovisionamiento de los lineales garantizado, en el ámbito de su competencia, de acuerdo con las características de los productos, los requerimientos de la empresa y con la normativa de seguridad y salud laboral. Vitrina optimizada de acuerdo con los objetivos comerciales. Información actualizada y adecuada en el punto de venta. Etiquetado correcto de productos. Promoción de productos realizada según los planes de actuación comercial establecidos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio:

Externas al centro de trabajo: Publicistas. Proveedores. Clientes. Internas: En su caso, responsable superior jerárquico en el establecimiento comercial. «Merchandiser». Diseñador de vitrinas. Vendedores.

Especificación de conocimientos y capacidades

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Analizar las características fundamentales de las técnicas de exhibición en vitrina, relacionándolas con distintos tipos de objetivos técnicos, comerciales y estéticos.
2. Asociar las diferentes técnicas de rotulación de carteles con los tipos de objetivos y de establecimientos comerciales y con los materiales y equipos adecuados.
3. Relacionar las características de distintas soluciones para calentar una «zona fría» de venta con diferentes clases de productos y de establecimientos comerciales.
4. Analizar distintas acciones promocionales que pueden desarrollarse en la aplicación de planes de marketing, relacionándolas con los distintos tipos de productos a las que son aplicables.
5. Analizar los factores y elementos fundamentales que intervienen en la organización y preparación de lineales en función de criterios comerciales, de la optimización de espacios y de la complementariedad de productos.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

1. **Conceptos y hechos asociados a la organización del punto de venta:** Criterios para la distribución de la superficie de venta. Recursos humanos y materiales en el punto de venta.

comportamiento del cliente en el punto de venta.

2. **Conceptos y hechos asociados a la gestión del área expositiva:** Determinación del lineal mínimo. Distribución de familias de artículos en el lineal. Implantación vertical y horizontal de productos.
3. **Exhibición en vitrina:** Función del vitrina. Efectos psicológicos y sociológicos del vitrina en el consumidor. Conceptos y hechos asociados a las técnicas de exhibición en vitrina y de interiorismo comercial. Normativa de seguridad en el montaje de un vitrina.
4. **Conceptos y hechos asociados a la cartelística en el punto de venta:** Tipos de letras. Técnicas de rotulación. Principales tipos de carteles. Aplicaciones gráficas y de autoedición.
5. **Conceptos y hechos asociados a la promoción en el punto de venta:** «Puntos calientes» y «puntos fríos» en el establecimiento comercial. Métodos físicos y psicológicos para «calentar los puntos fríos». Centros de atención e información en el punto de venta. La publicidad en el lugar de venta (P.L.V.).
6. **Conceptos y hechos asociados a programas informáticos de gestión de puntos de venta.**

UC 3- REALIZAR LAS OPERACIONES DE VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

ELEMENTO DE COMPETENCIA	CRITERIO DE REALIZACION
3.1 Identificar y seleccionar clientes potenciales en el ámbito de su responsabilidad, de acuerdo con criterios establecidos y con los objetivos comerciales de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> - Se identifican las variables y los parámetros que afectan a la selección de clientes concretos de acuerdo con los criterios establecidos en el plan de actuación comercial. - Se identifican organismos, entidades y empresas que pueden suministrar información fiable asociada a clientes potenciales. - Se identifican los factores de riesgo internos (cliente) y externos (coyuntura y/o mercado) que afectan a la rentabilidad y seguridad en la actuación comercial , según los criterios establecidos. - La situación empresarial de los clientes potenciales seleccionados posibilita adecuadas oportunidades de negocio dentro de los márgenes establecidos en los objetivos y planes de actuación comercial. - Se actualiza la información sobre clientes (reales y potenciales) con los datos obtenidos en el proceso de selección de clientes, siguiendo los criterios establecidos y utilizando los programas informáticos adecuados.
3.2 Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa a las características específicas de cada cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Se identifican los parámetros que afectan a la actuación comercial. - Se identifican los parámetros que afectan a la actuación comercial: De la empresa y el mercado (incluyendo: imagen de la empresa, volumen de ventas, normas de actuación, objetivos comerciales, posición del producto en el mercado...); características del producto o servicio (incluyendo: materiales de que está hecho el pro- ducto, características del servicio, marca, presentación, usos, precios, seguridad, duración...) - Se identifican las características de la cartera de clientes potenciales y reales (incluyendo: edad, potencial de compra, pedidos realizados, pedidos pendientes de cierre...) para detectar puntos fuertes y débiles y establecer líneas de actuación con cada cliente. - Se confecciona un plan de ventas propio teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, detallando: Planificación de visitas (incluyendo: rutas, frecuencias, número...). Objetivos de ventas y argumentario para cada cliente. Ampliación de la cartera de clientes. Condiciones ofertadas y márgenes de negociación. Límites de actuación.
3.3 Atender al cliente en su demanda de productos y/ o servicios, informándole y asesorándole adecuadamente según sus necesidades, de acuerdo con procedimientos establecidos para el desarrollo de la actuación comercial, adaptados a las características propias de cada cliente, y de modo que se inicien y/o mantengan relaciones comerciales adecuadas a los objetivos comerciales marcados.	<ul style="list-style-type: none"> - Se identifican las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas. - Se identifica el tipo de cliente de acuerdo con características observables (incluyendo: segmento de población, comportamiento, preguntas planteadas...) para aplicar las técnicas de venta adecuadas al mismo. - Cuando se precisa, se obtiene la información necesaria y actualizada sobre el producto o servicio determinado. - Se asesora con claridad y exactitud al cliente acerca de los productos que pueden satisfacer sus necesidades (usos, características, precio), su- ministrando la información de manera ordenada

- y oportuna, y preparando, en su caso, una demostración práctica de usos y manejo.
 - Se identifica con prontitud el lugar y la sección donde están ubicados los productos para evitar tiempos muertos en la atención al cliente.
 - La atención al cliente se realiza en un plazo que no perjudique el funcionamiento del establecimiento comercial ni los objetivos de venta establecidos.
 - Se cuida el aspecto personal y la forma de expresarse en el contacto con el cliente es correcta y amable, de forma que se promuevan las buenas relaciones comerciales futuras.
 - El producto comprado se embala previamente con un material adecuado a sus características de manera que se asegure su protección física.
 - El empaquetado del producto se realiza con rapidez y eficiencia, teniendo en cuenta la estética y estilo y transmitiendo la imagen que el establecimiento quiere dar al cliente.
 - En el servicio post-venta se persigue el mantenimiento de la clientela mediante un trato diligente y cortés.
 - Cuando el tipo de cliente u operación que se va a realizar sobrepasa la responsabilidad asignada se recurre con prontitud al superior jerárquico.
- 3.4 Conseguir el cierre de la venta, satisfaciendo adecuadamente las necesidades del cliente, dentro de los márgenes de actuación de venta y de los objetivos comerciales establecidos por la empresa, de modo que se promuevan las buenas relaciones comerciales presentes y futuras.
- Se identifica la fase de la negociación determinando el momento oportuno de abordar el cierre y la estrategia adecuada al tipo de cliente (incluyendo: aspectos que se van a desarrollar, tiempo óptimo de la entrevista, objeciones previstas...).
 - La entrevista con el cliente se dirige de acuerdo con la estrategia establecida reaccionando con prontitud ante cualquier incidencia no prevista.
 - Se facilita la compra al cliente creando una atmósfera acogedora y positiva y actuando de forma educada y amable.
 - Las objeciones presentadas por los clientes se resuelven adecuadamente, basándose en el «argumentario» de venta desarrollado.
 - En el proceso de negociación, se van cerrando los diferentes aspectos de la operación dentro de los márgenes establecidos hasta conseguir la firma del pedido.
 - Las condiciones que regulan el contrato de compraventa se establecen claramente, elaborando el correspondiente documento de acuerdo con la normativa vigente y los criterios establecidos por la empresa.
- 3.5 Resolver, en el marco de su responsabilidad, las reclamaciones presentadas por los clientes o, en su caso, orientarles adecuadamente derivándoles hacia las personas y/o departamentos con competencias para resolverlas, según el tipo de reclamación y los criterios y procedimientos establecidos por la organización.
- Se adopta una actitud positiva ante la queja o incidencia presentada por el cliente aceptando la responsabilidad que corresponda en cada caso.
 - Se identifica la naturaleza de la reclamación, cumplimentando correctamente la documentación que se requiera según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir.
 - Frente a las quejas o incidencias injustificadas del cliente se adopta una postura segura mostrando educación y presentando razones para llegar al acuerdo con el cliente y, si procede, se aplican los criterios establecidos por la organización.
 - La queja o incidencia se recoge y canaliza como fuente de información para su posterior análisis.
 - Cuando la información o contingencia sobre pasa la responsabilidad asignada, se transmite al superior jerárquico con prontitud.

- 3.6 Realizar y verificar las operaciones de cobro y pago en los medios y términos establecidos por la empresa, asegurando su fiabilidad y exactitud y manteniendo actualizada la información de los flujos de tesorería.
- Se mantiene la caja en las condiciones adecuadas de utilización y manejo.
 - Cuando es necesario, se introducen en la caja con rapidez y seguridad los códigos de precios de artículos vendidos.
 - Se mantienen actualizados los códigos de precios aplicando los procedimientos establecidos.
 - Si procede, se verifica la correcta cumplimentación de cheques de acuerdo con la legislación vigente, y se realizan las comprobaciones que validan las tarjetas de crédito utilizadas como medio de pago.
 - La operación de cobro o pago se finaliza con la entrega del cambio correcto y proporcionando o solicitando los documentos acreditativos de la compra o venta.
 - Se determina el lugar apropiado para la colocación del dinero, cheques y documentos de crédito.
 - La operación se lleva a cabo con amabilidad, corrección y claridad, indicando el importe verbalmente.
 - Se realizan correctamente los cálculos necesarios para efectuar el cambio de moneda extranjera.
 - Se utilizan con destreza y fiabilidad los equipos y terminales de caja en la realización de los cobros y pagos.
 - Se efectúa el arqueado y cierre de la caja, detectando posibles desviaciones con los registros efectuados y se proporciona la información y los comprobantes al responsable para su contabilización.

Especificación de campo ocupacional

Información (naturaleza, tipos, soportes): Catálogo de productos o servicios (incluyendo: características técnicas, precios, condiciones de venta...). Informes sobre seguimiento de ventas (incluyendo: ventas por secciones, ventas promocionales, «ranking» de productos, ventas del sector...). Directrices de la organización sobre planes de actuación comercial (incluyendo: objetivos de ventas, imagen comercial, ofertas, condiciones de contratación...). Información sobre clientes (incluyendo: fichas de clientes, tipología...). Información sobre la competencia (productos o servicios y características de su actuación comercial). Información sobre existencias en almacén y/o en el establecimiento comercial y sobre pedidos. Normativa nacional sobre contratos de compra-venta (escritos y verbales). Normativa nacional sobre la fiscalidad de la compraventa. Normativa nacional sobre medios de cobro. Información sobre medios de cobro admitidos por la organización (incluyendo: cheques, tarjetas de crédito y débito, letras de cambio...). Documentación administrativa (notas de entrega, facturas, modelos de contratos de compraventa, recibos, registros de tesorería, notas de reclamaciones e incidencias y notas del servicio técnico). **Medios de trabajo y/o de tratamiento de la información:** Máquinas registradoras. Terminales de cobro de tarjetas. Terminales punto de venta. Equipos de computación: computadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso. Programas

informáticos: entornos de usuario (incluyendo: software de red, Internet, correo electrónico...) y aplicaciones de gestión comercial.

Procesos, métodos y procedimientos: Métodos generales y procedimientos establecidos de actuación en la venta (identificación de las características del cliente, fases de desarrollo y cierre de la venta). Procedimientos establecidos de atención y asesoramiento a clientes. Procedimientos normalizados de elaboración de planes propios de actuación comercial en la venta. Procedimientos establecidos de gestión de tesorería (Incluyendo: los cobros, el cierre...).

Principales resultados del trabajo: Venta realizada del producto o servicio. Operaciones de tesorería realizadas. Documentación elaborada, en el ámbito de su competencia, relacionada con la compraventa y con tesorería. Información actualizada, en el ámbito de su competencia, sobre ventas y tesorería. Aportaciones al fichero maestro de clientes

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio: Externas al centro de trabajo: Clientes y, en su caso, proveedores. Internas: En su caso, responsable superior jerárquico en el establecimiento y/o sección comercial y/o jefe de equipo de ventas. Departamento financiero. Departamentos de compras y almacén. Departamentos comerciales. Departamento financiero y/o de tesorería. Departamento de contabilidad.

Especificación de conocimientos y capacidades

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Relacionar las variables que intervienen en el desarrollo de estrategias de marketing con los elementos que determinan las operaciones de venta.
2. Analizar las características fundamentales de diferentes técnicas de venta, relacionándolas con distintos tipos de clientes y de productos y servicios.
3. Seleccionar las técnicas de comunicación y de negociación más adecuadas en operaciones de venta, atendiendo al tipo de cliente y a la clase de producto.
4. Reconocer las características básicas de los terminales de punto de venta (TPV) y de los medios de pago electrónicos, asociándolas a distintos tipos de operaciones y de establecimientos comerciales.
3. **La comunicación:** El proceso de comunicación. Comunicación escrita. Comunicación oral. Medios y equipos de comunicación.
4. **Conceptos y hechos asociados a las técnicas de venta.** El vendedor: Aptitudes para la venta y su desarrollo. Fases de la venta. Planificación de la negociación. Factores determinantes del cierre de la venta.
5. **Elementos constitutivos del contrato de compraventa:** Normativa y características fundamentales del documento.
6. **Conceptos y hechos asociados a la presentación y demostración de un producto y/o servicio:** Objetivos de la demostración. Puntos que se deben destacar en la presentación o demostración.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

1. **Características básicas del comportamiento del consumidor:** Las necesidades y los gustos del cliente. El perfil psicológico de los clientes y la jerarquía de las necesidades de Maslow.
2. **Características básicas del comportamiento de las organizaciones en los procesos de compra:** Necesidades y procesos de toma de decisiones en las organizaciones.
7. **Conceptos y hechos asociados a la organización de la venta:** Estructura/organigrama del departamento de ventas. Factores determinantes de la planificación de las visitas de venta. Criterios para el tratamiento de la información comercial derivada.
8. **Conceptos y hechos asociados a programas informáticos de gestión de ventas.**

ESPECIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y CAPACIDADES TRANSVERSALES O DE BASE

ÁC 1- RELACIONES EN EL EQUIPO DE TRABAJO

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación para recibir y transmitir instrucciones e información.
2. Afrontar los conflictos y resolver, en el ámbito de sus competencias, problemas que se originan en el entorno de un grupo de trabajo.
3. Trabajar en equipo y, en su caso, integrar y coordinar las necesidades del grupo de trabajo en unos objetivos, políticas y/o directrices predeterminados.
4. Participar y/o moderar reuniones, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.
5. Analizar el proceso de motivación, relacionándolo con su influencia en el clima laboral.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

1. **La comunicación en la empresa:** Tipos de comunicación y etapas de un proceso de comunicación. Redes, canales y medios de comunicación. Identificación de las dificultades/barreras en la comunicación. Utilización de la comunicación expresiva y receptiva. Procedimientos para lograr la escucha activa.
2. **Conceptos y hechos asociados a la negociación y solución de problemas:** Concepto, elementos y estrategias de negociación. Procesos de resolución de problemas. Resolución de situaciones conflictivas. Aplicación de métodos básicos para la resolución de problemas.
3. **Equipos de trabajo:** Visión del individuo como parte del grupo. Tipos de grupos y de metodologías de trabajo en grupo. Aplicación de Técnicas para dinamización de grupos. La reunión como trabajo de grupo. Análisis de los factores que afectan al comportamiento del grupo.
4. **La motivación:** Concepto. Teorías. Relación entre motivación y frustración. Concepto del clima laboral. El clima laboral como resultado de la interacción de la motivación.

ÁC 2- APLICACIONES DE COMPUTACIÓN

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Analizar las características fundamentales de los procesos de datos, relacionando sus fases con sus resultados.
2. Relacionar las funciones lógicas de los entornos de usuario con los componentes físicos de los sistemas informáticos aislados y en red, especificando las características fundamentales de ambos elementos.
3. Comparar las características fundamentales de distintos programas informáticos de propósito general, diferenciando sus diferentes funciones y aplicaciones.
4. Seleccionar las funciones de los entornos de usuario y de los programas de propósito general más adecuadas para obtener y elaborar la información requerida.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

1. **Conceptos y hechos asociados a los procesos de datos:** Diferencia entre datos e información. Requisitos de la información. Funciones y fases de un proceso de datos. El proceso electrónico de datos.
2. **Elementos de hardware.** Unidad central de proceso y periféricos: tipos, características y funciones. Redes computación.
3. **Elementos de software.** Representación interna de datos. Programas informáticos. Conceptos y hechos asociados a los sistemas operativos y a los entornos de usuario. Conceptos y hechos asociados a las Aplicaciones de computación de propósito general: tipos, características y funciones.

AC 3 – LENGUAJE EXTRANJERA

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Obtener información global, específica y profesional en situación de comunicación tanto presencial como no presencial, en la lengua extranjera
2. Producir mensajes orales en lengua extranjera, tanto de carácter general como sobre aspectos del sector, en un lenguaje adaptado a cada situación.
3. Traducir textos sencillos relacionados con la actividad profesional, utilizando adecuadamente los libros de consulta y diccionarios técnicos.
4. Elaborar y cumplimentar documentos básicos en lengua extranjera correspondientes al sector profesional, partiendo de datos generales y/o específicos.
5. Valorar y aplicar las actitudes y comportamientos profesionales del país de la lengua extranjera, en una situación de comunicación.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

Uso de la lengua oral. Participación en conversaciones relativas a situaciones cotidianas y a situaciones de aprendizaje profesional.

Uso de la lengua escrita. Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones de la vida cotidiana introduciendo la dimensión profesional.

Aspectos socioprofesionales. Análisis de los comportamientos propios del país de la lengua extranjera en las posibles situaciones de la vida cotidiana profesional.

ÁC 4- FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

A: CAPACIDADES FUNDAMENTALES

1. Detectar las situaciones de riesgo más habituales en el ámbito laboral que puedan afectar a su salud y aplicar las medidas de protección y prevención correspondientes.
2. Aplicar los primeros auxilios en el lugar del accidente en situaciones simuladas.
3. Diferenciar las formas y procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.
4. Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y su proyección profesional.
5. Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

B: CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES

Seguridad y salud laboral: Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida. Factores y situaciones de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección. Casos prácticos. Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes y de situaciones de riesgo. Aplicación de técnicas de primeros auxilios (conciencia/ inconsciencia, reanimación cardio pulmonar; traumatismos; salvamento y transporte de accidentados).

Legislación y relaciones laborales: Derecho laboral: Normas fundamentales. La relación laboral. Modalidades de contratación. Suspensión y extinción. Seguridad Social y otras prestaciones. Órganos de representación. Convenio colectivo. Negociación colectiva. Salud laboral y medio ambiente.

3. **Orientación e inserción socio-laboral:** El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno. El proceso de búsqueda de empleo. Fuentes de información; mecanismos de oferta-demanda y selección. Recursos de auto-orientación. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. Elaboración de itinerarios formativos profesionalizadores. La toma de decisiones.