



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	IES A Guía	Vigo	2025/2026

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1110	Atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias	2025/2026	0	87	0

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA MERCEDES SOMOZA LÓPEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Organiza o departamento de atención á clientela, definindo as súas funcións, a súa estrutura e a súa relación con outros departamentos, para transmitir a imaxe máis axeitada da empresa ou organización.
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.
RA3 - Organiza un sistema de información á clientela que optimice o custo e o tempo de tratamento e acceso a esta, aplicando técnicas de organización e arquivo manuais e informáticas.
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analizáronse as competencias de cada un.
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicación e negociación, para alcanzar solucións de consenso entre as partes.
RA6 - Describe os procesos de mediación e de arbitraje de consumo para resolver situacións de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislación.
RA7 - Elabora un plan de calidade e de mellora do proceso de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias, aplicando técnicas de control e avaliación da eficacia do servizo.

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
CA1.2 Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.3 Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.4 Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.5 Diferenciáronse as estruturas organizativas en función das características e dos obxectivos da empresa ou organización.
CA1.6 Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posventa.



ANEXO III
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE PROBA LIBRE DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Criterios de avaliación do currículo
CA1.7 Elaboráronse organigramas de empresas de tipoloxía diversa, tendo en conta as súas características, a súa actividade e a súa estrutura organizativa.
CA1.8 Valorouse a posibilidade de externalizar o servizo de atención á clientela analizando as funcións dos contact centers e os servizos que prestan ás empresas ou organizacións.
CA2.1 Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.3 Descríbóronse as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.5 Transmitíronse mensaxes orais de atención a unha clientela suposta, adaptando a súa actitude e discurso ás persoas ou grupos a quen se dirixa, e prestándolle especial atención á comunicación non verbal.
CA2.6 Mantivéronse conversas telefónicas cunha suposta clientela, observando as normas de protocolo e utilizando as técnicas e as actitudes que favorezan o desenvolvemento da comunicación.
CA2.7 Confeccionáronse escritos de resposta a solicitudes de información en diferentes situacións de atención á clientela, utilizando técnicas, formalidades e actitudes axeitadas en cada situación.
CA2.8 Utilizouse o correo electrónico e a mensaxaría instantánea para contestar ás consultas da clientela, respectando as normas de protocolo e adoptando unha actitude axeitada en cada situación.
CA3.1 Descríbóronse as técnicas de organización e arquivo da información e a documentación, tanto manuais como informáticas.
CA3.2 Identificáronse as principais técnicas de catalogación e arquivo de documentación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes, en función do tipo de información, a súa utilización e o tempo de arquivo.
CA3.3 Clasificáronse os tipos de información en materia de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, discriminando a súa orixe e asignando o proceso de tramitación e organización axeitado.
CA3.4 Elaboráronse, actualizáronse e consultáronse bases de datos coa información salientable da clientela.
CA3.5 Manexáronse ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM), de acordo coas especificacións recibidas.
CA3.6 Rexistrouse a información relativa ás consultas ou solicitudes da clientela na ferramenta de xestión adecuada.
CA3.7 Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.



ANEXO III
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE PROBA LIBRE DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Criterios de avaliación do currículo
CA4.1 Definiuse o concepto e o papel de persoa consumidora e usuaria.
CA4.2 Interpretoise a normativa comunitaria, estatal, autonómica e local que recolle os dereitos das persoas consumidoras e usuarias.
CA4.3 Identificáronse as institucións e os organismos públicos de protección das persoas consumidoras e usuarias, e describíronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.4 Identificáronse as principais entidades privadas de protección das persoas consumidoras, e explicáronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.5 Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.
CA4.6 Interpretoise a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.2 Definiuse o procedemento, as fases, o xeito e os prazos do proceso de tramitación das queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Identificáronse os elementos da reclamación ou denuncia, e informouse a clientela dos seus dereitos e dos posibles mecanismos de solución da reclamación, de acordo coa normativa.
CA5.4 Formalizouse a documentación necesaria para iniciar o trámite e cursar a reclamación ou denuncia cara aos departamentos ou organismos competentes, de acordo cos métodos establecidos.
CA5.5 Aplicáronse técnicas de comunicación na atención das queixas e das reclamacións, utilizando a escoita activa, a empatía e a asertividade.
CA5.6 Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.7 Utilizáronse técnicas de negociación e actitudes que faciliten o acordo para xestionar as reclamacións da clientela.
CA5.8 Identificáronse e formalizáronse con rigor os documentos relativos á xestión de queixas, reclamacións e denuncias.
CA5.9 Informouse a persoa reclamante acerca da situación e do resultado da queixa ou reclamación, de xeito oral, escrito ou por medios electrónicos.
CA6.1 Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.
CA6.2 Identificáronse as figuras que interveñen nos procesos de mediación e de arbitraje, e as funcións que desempeñan.
CA6.3 Describiuse o xeito de iniciar os procesos de mediación e de arbitraje, o seu desenvolvemento e os prazos habituais de resolución.



Criterios de avaliación do currículo
CA6.4 Diferenciouse entre arbitraje voluntaria ou facultativa, e obrigatoria ou de oficio.
CA6.5 Definiuse o concepto de laudo arbitral, a forma e os prazos do ditame.
CA6.6 Establecéronse os principais aspectos que cómpre ter en conta na redacción dunha acta de mediación.
CA6.7 Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
CA6.8 Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.
CA7.1 Identificáronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.2 Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.3 Aplicáronse técnicas para medir a eficacia do servizo prestado e o nivel de satisfacción da clientela.
CA7.4 Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.5 Propuxéronse medidas correctoras para solucionar as anomalías detectadas e mellorar a calidade do servizo.
CA7.6 Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.7 Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.
CA7.8 Seleccionáronse as persoas susceptibles de ser incluídas nun programa de fidelización, utilizando a información dispoñible na ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM).
CA7.9 Elaborouse un programa de fidelización de clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Organiza o departamento de atención á clientela, definindo as súas funcións, a súa estrutura e a súa relación con outros departamentos, para transmitir a imaxe máis axeitada da empresa ou organización.



Resultados de aprendizaxe do currículo
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.
RA3 - Organiza un sistema de información á clientela que optimice o custo e o tempo de tratamento e acceso a esta, aplicando técnicas de organización e arquivo manuais e informáticas.
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analizáronse as competencias de cada un.
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicación e negociación, para alcanzar solucións de consenso entre as partes.
RA6 - Describe os procesos de mediación e de arbitraje de consumo para resolver situacións de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislación.
RA7 - Elabora un plan de calidade e de mellora do proceso de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias, aplicando técnicas de control e avaliación da eficacia do servizo.

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
CA1.2 Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.3 Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.4 Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.5 Diferenciáronse as estruturas organizativas en función das características e dos obxectivos da empresa ou organización.
CA1.6 Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posventa.
CA1.7 Elaboráronse organigramas de empresas de tipoloxía diversa, tendo en conta as súas características, a súa actividade e a súa estrutura organizativa.
CA1.8 Valorouse a posibilidade de externalizar o servizo de atención á clientela analizando as funcións dos contact centers e os servizos que prestan ás empresas ou organizacións.
CA2.1 Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.



ANEXO III
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE PROBA LIBRE DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Criterios de avaliación do currículo
CA2.3 Describíronse as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.5 Transmitíronse mensaxes orais de atención a unha clientela suposta, adaptando a súa actitude e discurso ás persoas ou grupos a quen se dirixa, e prestándolle especial atención á comunicación non verbal.
CA2.6 Mantivéronse conversas telefónicas cunha suposta clientela, observando as normas de protocolo e utilizando as técnicas e as actitudes que favorezan o desenvolvemento da comunicación.
CA2.7 Confeccionáronse escritos de resposta a solicitudes de información en diferentes situacións de atención á clientela, utilizando técnicas, formalidades e actitudes axeitadas en cada situación.
CA2.8 Utilizouse o correo electrónico e a mensaxaría instantánea para contestar ás consultas da clientela, respectando as normas de protocolo e adoptando unha actitude axeitada en cada situación.
CA3.1 Describíronse as técnicas de organización e arquivo da información e a documentación, tanto manuais como informáticas.
CA3.2 Identificáronse as principais técnicas de catalogación e arquivo de documentación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes, en función do tipo de información, a súa utilización e o tempo de arquivo.
CA3.3 Clasificáronse os tipos de información en materia de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, discriminando a súa orixe e asignando o proceso de tramitación e organización axeitado.
CA3.4 Elaboráronse, actualizáronse e consultáronse bases de datos coa información salientable da clientela.
CA3.5 Manexáronse ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM), de acordo coas especificacións recibidas.
CA3.6 Rexistrouse a información relativa ás consultas ou solicitudes da clientela na ferramenta de xestión adecuada.
CA3.7 Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.
CA4.1 Definiuse o concepto e o papel de persoa consumidora e usuaria.
CA4.2 Interpretouse a normativa comunitaria, estatal, autonómica e local que recolle os dereitos das persoas consumidoras e usuarias.
CA4.3 Identificáronse as institucións e os organismos públicos de protección das persoas consumidoras e usuarias, e describíronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.4 Identificáronse as principais entidades privadas de protección das persoas consumidoras, e explicáronse as súas funcións e as súas competencias.



ANEXO III
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE PROBA LIBRE DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Criterios de avaliación do currículo
CA4.5 Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.
CA4.6 Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.2 Definiuse o procedemento, as fases, o xeito e os prazos do proceso de tramitación das queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Identificáronse os elementos da reclamación ou denuncia, e informouse a clientela dos seus dereitos e dos posibles mecanismos de solución da reclamación, de acordo coa normativa.
CA5.4 Formalizouse a documentación necesaria para iniciar o trámite e cursar a reclamación ou denuncia cara aos departamentos ou organismos competentes, de acordo cos métodos establecidos.
CA5.5 Aplicáronse técnicas de comunicación na atención das queixas e das reclamacións, utilizando a escoita activa, a empatía e a asertividade.
CA5.6 Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.7 Utilizáronse técnicas de negociación e actitudes que faciliten o acordo para xestionar as reclamacións da clientela.
CA5.8 Identificáronse e formalizáronse con rigor os documentos relativos á xestión de queixas, reclamacións e denuncias.
CA5.9 Informouse a persoa reclamante acerca da situación e do resultado da queixa ou reclamación, de xeito oral, escrito ou por medios electrónicos.
CA6.1 Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.
CA6.2 Identificáronse as figuras que interveñen nos procesos de mediación e de arbitraje, e as funcións que desempeñan.
CA6.3 Describiuse o xeito de iniciar os procesos de mediación e de arbitraje, o seu desenvolvemento e os prazos habituais de resolución.
CA6.4 Diferenciouse entre arbitraje voluntaria ou facultativa, e obrigatoria ou de oficio.
CA6.5 Definiuse o concepto de laudo arbitral, a forma e os prazos do ditame.
CA6.6 Establecéronse os principais aspectos que cómpre ter en conta na redacción dunha acta de mediación.
CA6.7 Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.



Criterios de avaliación do currículo
CA6.8 Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.
CA7.1 Identificáronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.2 Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.3 Aplicáronse técnicas para medir a eficacia do servizo prestado e o nivel de satisfacción da clientela.
CA7.4 Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.5 Propuxéronse medidas correctoras para solucionar as anomalías detectadas e mellorar a calidade do servizo.
CA7.6 Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.7 Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.
CA7.8 Seleccionáronse as persoas susceptibles de ser incluídas nun programa de fidelización, utilizando a información dispoñible na ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM).
CA7.9 Elaborouse un programa de fidelización de clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible.

3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxe, criterios de avaliación e bloques de contido asociados) deste módulo son mínimos exixibles e poden ser avaliados en calquera das partes da proba. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.



4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

PARTE TEÓRICA: poderá constar de preguntas tipo test, preguntar curtas e preguntas a desenvolver.

Versará sobre os contidos indicados no punto 2 para esta parte.

A puntuación máxima desta parte será de 10 puntos. Para superar esta parte, será necesario obter, como mínimo, 5 puntos.

4.b) Segunda parte da proba

PARTE PRÁCTICA: poderá constar de casos prácticos, exercicios e supostos relacionados cos contidos do módulo que se indican na punto 2 para esta parte da proba.

A puntuación máxima será de 10 puntos. Para superar esta parte, será necesario obter, como mínimo, 5 puntos.