



# **Programación didáctica del módulo: 1234 Servicios de Atención Comercial**

**Ciclo formativo de Grado Medio**

**2º Curso Técnico en Actividades**

**Comerciales**

**Curso académico 2025-2026**

Raúl Gayoso Pérez  
Departamento de Comercio y Marketing  
I.E.S. Las llamas  
Santander  
2025-2026

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1.    | INTRODUCCIÓN .....   | 3  |
| 1.1.  | MARCO NORMATIVO .....  | 3  |
| 1.2.  | PERFIL PROFESIONAL DEL TÍTULO.....                                 | 3  |
| 1.3.  | COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO .....                               | 4  |
| 1.4.  | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.....             | 4  |
| 1.5.  | OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO .....                      | 4  |
| 1.6.  | CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA: CATÁLOGO NACIONAL ..... | 4  |
| 2.    | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO ..... | 4  |
| 3.    | PROPUESTAS DE MEJORA.....  | 6  |
| 4.    | CARACTERÍSTICAS CONCRETAS DEL GRUPO DE ALUMNOS .....               | 6  |
| 5.    | OBJETIVOS GENERALES Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....              | 6  |
| 6.    | CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE .....   | 7  |
|       | *RESULTADOS DE APRENDIZAJE CLAVE: .....                            | 10 |
| 7.    | ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS .....                                | 11 |
| 8.    | UNIDADES DIDÁCTICAS .....  | 13 |
| 9.    | DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....   | 13 |
| 10.   | ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS .....                          | 14 |
| 10.1. | PRINCIPIOS METODOLÓGICOS.....                                      | 14 |
| 10.2. | METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE UNIDADES DIDÁCTICAS .....        | 14 |
| 11.   | PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN .....                  | 14 |
| 11.1. | Evaluación por criterios .....                                     | 15 |
| 12.   | CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....                                     | 19 |
| 12.1. | Plan de Recuperación de Resultados de Aprendizaje .....            | 20 |
| 13.   | MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....                              | 21 |
| 14.   | MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD .....                          | 21 |
| 15.   | ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....                 | 22 |
| 16.   | EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.....        | 22 |
| 17.   | USO DE ESPACIOS ESPECÍFICOS Y EQUIPAMIENTOS.....                   | 23 |
| 18.   | DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS DOCENTES .....        | 23 |
| 19.   | FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN.....               | 23 |

## 1. INTRODUCCIÓN

La presente programación se ha desarrollado para la impartición del módulo de Servicios de Atención Comercial, perteneciente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

La programación de este módulo tiene como finalidad planificar el proceso de enseñanza-aprendizaje teniendo en consideración la regulación normativa que le afecta y sus objetivos, de forma que los alumnos alcancen las competencias necesarias para su cualificación para la actividad profesional.

Asimismo, la programación didáctica, concreta y desarrolla su currículo y, para su elaboración, se han tenido en cuenta los criterios emanados del Proyecto Educativo del Centro (PEC), las directrices que determina la comisión de coordinación pedagógica y las decisiones de carácter general adoptadas por el Departamento de Comercio y Marketing. De esta forma se asegura la coherencia con el resto de las programaciones didácticas del centro.

Datos identificativos:

Centro: IES Las Llamas

Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en Actividades Comerciales

Módulo Profesional: Servicios de Atención Comercial

Código: 1234

Duración: 90 horas

### 1.1. MARCO NORMATIVO

Esta programación se enmarca en el siguiente marco normativo:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- La Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- Orden EDU/48/2025, de 28 de agosto, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio de la familia profesional Comercio y Marketing en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

### 1.2. PERFIL PROFESIONAL DEL TÍTULO

El perfil profesional del título queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

incluidas en el título.

### **1.3. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO**

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

### **1.4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES**

Las competencias profesionales, personales y sociales del título de Técnico en Actividades Comerciales se recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su artículo 5.

### **1.5. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO**

El Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su artículo 9, recoge los objetivos generales de este ciclo.

### **1.6. CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA: CATÁLOGO NACIONAL**

Según el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, el módulo está asociada al estándar de competencia profesional: **ECP0241\_2**: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

## **2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO**

Las competencias profesionales, personales y sociales del ciclo a los que contribuye expresamente en el módulo son las siguientes:

- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

### 3. PROPUESTAS DE MEJORA

Tomando como referencia el curso anterior, se propone enfatizar la importancia de la segmentación de clientes y la adaptación del servicio de atención al cliente según las diferencias culturales, lingüísticas y socioeconómicas de cada segmento. Además, se seguirá profundizando en el uso de herramientas digitales para mejorar la atención al cliente, como plataformas de e-commerce internacionales y sistemas de gestión de logística que faciliten una atención ágil y efectiva.

### 4. CARACTERÍSTICAS CONCRETAS DEL GRUPO DE ALUMNOS

El grupo está compuesto por 10 alumnos, cuyas edades varían entre los 18 y 25 años, con algunos participantes mayores. La mayoría proviene de bachillerato, aunque también hay estudiantes que vienen del entorno profesional. Aunque están familiarizados, ninguno tiene experiencia específica en atención al cliente ni en el uso de software relacionado con el área.

### 5. OBJETIVOS GENERALES Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos generales del ciclo a los que contribuye expresamente en el módulo están directamente relacionados con seis resultados de aprendizaje.

| OBJETIVOS GENERALES  | RESULTADOS DE APRENDIZAJE |
|--|---------------------------|
| ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente   | RA 1 – RA4 – RA5<br>RA6   |
| q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.                 | RA3                       |
| r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.  | RA6                       |
| s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.   | RA5                       |
| t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.  | RA2                       |
| u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente. | RA 6                      |
| v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.  | RA5                       |
| w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.   | RA6                       |

Los resultados de aprendizaje que se deben conocer, comprender y hacer al finalizar este módulo son medibles y verificables, y permiten evaluar si los estudiantes han adquirido las competencias o habilidades previstas. Los resultados de aprendizaje se valoran según su aporte a los objetivos

generales y su relación con las distintas unidades de trabajo del módulo. Esta relación ayuda a identificar si algún resultado es clave para aprobar el módulo, al ser el único que cumple con un objetivo específico. Por lo tanto, no es necesario aprobar todos los resultados de aprendizaje, solo aquellos que sean especialmente importantes, clave, para alcanzar las competencias del módulo.

| RA | Logro      | Objeto  | Acciones en el contexto del aprendizaje  | Ponderación % |
|----|------------|---|--|---------------|
| 1  | Desarrolla | Actividades de atención/información al cliente                                    | Procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.     | 15            |
| 2  | Utiliza    | Técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario | Proporcionando la información solicitada.                                      | 35            |
| 3  | Organiza   | La información relativa a la relación con los clientes                            | Aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas. | 15            |
| 4  | Identifica | Los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario   | Analizando las competencias de cada uno de ellos.                              | 5             |
| 5  | Realiza    | Trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor                         | Aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.           | 15            |
| 6  | Colabora   | En la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente  | Aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.        | 15            |

## 6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE

La calificación tiene como objetivo certificar el logro de las competencias a través la adquisición de los RA del módulo, siguiendo los criterios de evaluación que se utilizan en cada uno.

**Criterios de evaluación para RA1\*** (ponderación 15%):

| %  | CE  | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas |
|----|---|---|---------------------------------|
| 15 | a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.                       | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | FEM                             |
| 15 | b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización. |   |                                 |
| 15 | c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.    |   |                                 |
| 15 | d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.                                 |   |                                 |
| 15 | e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.            |   |                                 |
| 25 | f) Se han identificado las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.                     |   |                                 |

**Criterios de evaluación para RA2\*** (ponderación 35%):

| %  | CE   | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas |
|----|--|---|---------------------------------|
| 10 | a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.   | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | FEM                             |
| 10 | b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.   |   |                                 |
| 10 | c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.  |   |                                 |
| 10 | d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.   |   |                                 |
| 10 | e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.  |   |                                 |
| 10 | f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes y clientas, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.  |   |                                 |
| 25 | g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas, con profesionalidad y calidad.                                       |   |                                 |
| 10 | h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada, con profesionalidad y eficacia |   |                                 |

**Criterios de evaluación para RA3** (ponderación 15%):

| %  | CE  | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas |
|----|---|---|---------------------------------|
| 10 | a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.  | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | FEM                             |
| 15 | b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.                              |   |                                 |
| 15 | c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.  |   |                                 |
| 15 | d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes y clientas.   |   |                                 |
| 15 | e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes y clientas (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.                    |   |                                 |
| 15 | f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes y clientas. |   |                                 |
| 15 | g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.                         |   |                                 |

**Criterios de evaluación para RA4** (ponderación 5%):

| %  | CE  | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas           |
|----|---|---|---|
| 20 | a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.                                | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | 9. La protección del consumidor y usuario |
| 20 | b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.                                 |   |   |
| 20 | c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. |   |   |
| 20 | d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.         |   |   |
| 20 | e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.   |   |   |

**Criterios de evaluación para RA5\*** (ponderación 15%):

| %    | CE   | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas          |
|------|--|---|--|
| 12,5 | a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.   | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | 8. Tramitación de quejas y reclamaciones |
| 12,5 | b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente de manera rigurosa y profesional. |   |  |
| 12,5 | c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.  |   |  |
| 12,5 | d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.   |   |  |
| 12,5 | e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.   |   |  |
| 12,5 | f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.  |   |  |
| 12,5 | g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias con rigurosidad y calidad.   |   |  |
| 12,5 | h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.  |   |  |

**Criterios de evaluación para RA6\*** (ponderación 15%):

| %    | CE  | Actividades de evaluación                           | Unidades de contenido asociadas                     |
|------|---|---|---|
| 12,5 | a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.   | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | 7. La calidad en el servicio de atención al cliente |
| 12,5 | b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.  |   |   |
| 12,5 | c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.   |   |   |
| 12,5 | d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.   |   |   |
| 12,5 | e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.  |   |   |
| 12,5 | f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.  |   |   |
| 12,5 | g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.   |   |   |
| 12,5 | h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes y clientas (CRM). |   |   |

**\*RESULTADOS DE APRENDIZAJE CLAVE:**

**RA1:** Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Justificación: Este RA conecta directamente con los objetivos d, e, ñ, o, t, ya que implica habilidades de comunicación, imagen corporativa, atención al cliente y relaciones interdepartamentales. Es esencial para cualquier actividad comercial.

**RA2:** Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

Justificación: Fundamental para los objetivos d, e, ñ, t, este RA desarrolla competencias comunicativas clave, tanto verbales como escritas, y en distintos canales. Es transversal y aplicable en múltiples contextos comerciales.

**RA5:** Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

Justificación: Relacionado con los objetivos e, ñ, r, s, este RA desarrolla habilidades de

resolución de conflictos, negociación y gestión de reclamaciones, esenciales para mantener la fidelización y calidad del servicio.

**RA6:** Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

Justificación: Este RA está vinculado con los objetivos w, e, ñ, r, y promueve la mejora continua, la evaluación del servicio y la fidelización del cliente, aspectos clave en la competitividad del comercio.

Los Resultados de Aprendizaje a evaluar en la FEM son: RA1, RA2 y RA3.

## 7. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.

- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Normativa legal en materia de protección de datos.

Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.

- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes

## **8. UNIDADES DIDÁCTICAS**

Unidad 0: Introducción.

Unidad 1: Atención comercial en la empresa

Unidad 2: Comunicación y atención comercial

Unidad 3: Atención telefónica

Unidad 4: Comunicaciones escritas en la atención comercial

Unidad 5: Atención comercial y medios digitales

Unidad 6: La organización documental en las relaciones con los clientes

Unidad 7: La calidad en el servicio de atención al cliente

Unidad 8: Tramitación de quejas y reclamaciones

Unidad 9: La protección del consumidor y usuario

## **9. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

El módulo tiene asignada una carga horaria de 90 horas, (Orden EDU/48/2025)

Según el calendario escolar aprobado por la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria las clases se impartirán desde el 11 de septiembre hasta primeros de marzo, repartidas en 3 periodos lectivos semanales. La distribución temporal aproximadamente es:

Presentación del módulo y Evaluación inicial (2h)

UD 1. Atención comercial de la empresa. (4)

UD 2. Comunicación y atención comercial. (9h)

UD 3. Atención telefónica. (8)

UD 4. Las comunicaciones escritas en la atención comercial. (9h)

UD 5. atención comercial y medios digitales. (2h)

UD 6. La organización documental en las relaciones con clientes. (6h)

UD 7. La calidad en el servicio de atención comercial. (7h)

UD 8. Tramitación de quejas y reclamaciones. (7h)

UD 9. La protección del consumidor y usuario. (7h)

## **10. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS**

La metodología de los módulos de Formación Profesional, según el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, debe integrar aspectos científicos, tecnológicos y organizativos para que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos en su actividad profesional.

### **10.1. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS**

- Presentar el contenido de manera atractiva y motivadora para despertar el interés del alumnado.
- Promover el uso de TICs y herramientas digitales como elementos clave.
- Enfocar el aprendizaje hacia la práctica.
- Fomentar la participación activa y el aprendizaje cooperativo, haciendo al alumnado protagonista de su propio proceso.
- Impulsar el trabajo colaborativo en grupo.
- Relacionar los contenidos con la realidad profesional, específicamente en atención al cliente.

### **10.2. METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE UNIDADES DIDÁCTICAS**

1. Introducción: breve presentación de objetivos, contenidos y criterios de evaluación, explicando su relación con otras unidades. Se facilitarán los materiales necesarios antes de iniciar la unidad.
2. Exposición teórica: el docente explicará los aspectos teóricos con apoyo de elementos visuales y ejemplos reales del ámbito empresarial.
3. Trabajos prácticos: se reforzará el aprendizaje con actividades prácticas, tanto en clase como fuera, individuales o en grupo.

## **11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación recoge información sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, El carácter continuo y formativo de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y

aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período

Durante los periodos de evaluación continuada se hará uso de los siguientes instrumentos de evaluación, teniendo en cuenta que no existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

a) **Pruebas específicas de evaluación** (pruebas orales y/o escritas individuales): cada trimestre se realizará al menos una prueba individual con los contenidos de una o más unidades de trabajo.

Estas pruebas pueden incluir:

- Desarrollo de un tema o apartado.
- Preguntas de respuesta breves, preguntas abiertas (comentarios de textos, con material de consulta, resolución de casos, esquema de un programa).
- Aplicación práctica de los contenidos. Supuestos prácticos de las técnicas o procedimientos realizados en el aula durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se valorarán en función de la aplicación de los conocimientos teóricos a la práctica, la destreza, habilidad, técnica, rapidez y seguridad.
- Pruebas escritas con preguntas tipo test y/o Verdadero o Falso.

Se valorará:

- Comprensión de los conceptos y la expresión de los mismos por escrito.
- Ejemplificaciones apropiadas y uso y conocimiento de terminología específica.

b) **Actividades individuales o en grupo**, relación de ejercicios propuestos, exposiciones.

### 11.1. Evaluación por criterios

Se realizará un seguimiento individual del aprendizaje del alumno a lo largo de todo el curso, a través de controles teórico-prácticos, ejercicios, prácticas evaluables. Para las calificaciones trimestrales, se tomará como referencia el grado de adquisición de cada Resultado de Aprendizaje programado y finalizado en el trimestre. La evaluación se realizará a través de los Criterios de Evaluación establecidos para cada resultado de aprendizaje. La consecución de cada Resultado de Aprendizaje se calificará de la siguiente manera:

| %  | CE  | Actividades de evaluación | RA1 (15%) |
|----|---|---------------------------|-----------|
| 15 | a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.                       | FEM                       | 15%       |
| 15 | b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización. |                           |           |
| 15 | c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.    |                           |           |
| 15 | d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.                                 |                           |           |
| 15 | e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.            |                           |           |
| 25 | f) Se han identificado las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.                     |                           |           |

| %  | CE  | Actividades de evaluación | RA2 (35%) |
|----|---|---------------------------|-----------|
| 10 | a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.  | FEM                       | 35%       |
| 10 | b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.  |                           |           |
| 10 | c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.   |                           |           |
| 10 | d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.                                    |                           |           |
| 10 | e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.   |                           |           |
| 10 | f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.                                    |                           |           |
| 25 | g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.                                       |                           |           |
| 15 | h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. |                           |           |

| %  | CE   | Actividades de evaluación | RA3 (15%) |
|----|--|---------------------------|-----------|
| 10 | a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.   | FEM                       | 15%       |
| 15 | b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.                   |                           |           |
| 15 | c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.   |                           |           |
| 15 | d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.   |                           |           |
| 15 | e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.                    |                           |           |
| 15 | f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes. |                           |           |
| 15 | g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.              |                           |           |

| %  | CE  | Actividades de evaluación                           | RA4 (5%) |
|----|---|---|----------|
| 20 | a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.                                | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | (5%)     |
| 20 | b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.                                 |   |          |
| 20 | c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. |   |          |
| 20 | d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.         |   |          |
| 20 | e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.   |   |          |

| %    | CE  | Actividades de evaluación                           | RA5 (15%)    |
|------|---|---|--------------|
| 12,5 | a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.  | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | <b>(15%)</b> |
| 12,5 | b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. |   |              |
| 12,5 | c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.                   |   |              |
| 12,5 | d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.                                    |   |              |
| 12,5 | e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.          |   |              |
| 12,5 | f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.                                 |   |              |
| 12,5 | g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.                                    |   |              |
| 12,5 | h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.           |   |              |

| %    | CE  | Actividades de evaluación                           | RA6 (15%)    |
|------|---|---|--------------|
| 12,5 | a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.                           | Pruebas específica, actividad individual o en grupo | <b>(15%)</b> |
| 12,5 | b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.        |   |              |
| 12,5 | c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. |   |              |
| 12,5 | d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.                 |   |              |
| 12,5 | e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.                                  |   |              |

|      |   |  |  |
|------|---|--|--|
| 12,5 | f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.  |  |  |
| 12,5 | g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.   |  |  |
| 12,5 | h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) |  |  |

## 12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se aplicarán diversas técnicas e instrumentos con el fin de conocer y valorar de manera eficaz cómo el alumnado adquiere las competencias profesionales, evidenciadas en los criterios de evaluación del módulo. En este sentido deberemos tener en cuenta:

- Será en los criterios de evaluación, donde recaiga, de un modo directo o indirecto, la calificación emitida por el profesor.
- El alumnado necesitará de unos contextos de aplicación de lo aprendido, donde demostrar y evidenciar lo que ha aprendido, definidos por las actividades, pruebas... desarrollados y generados por el alumnado.

El alumnado será evaluado aplicado lo aprendido en contextos como:

- a) **Prueba específica de evaluación.** Se realizará una prueba individual escrita por evaluación. Las pruebas tendrán una duración de 2 horas.
- b) **Las actividades que se vayan desarrollando a lo largo de cada unidad,** serán realizadas en el aula, dichos trabajos podrán ser en grupo o individuales. (En caso de realizar varias actividades respecto a un mismo criterio de evaluación, la calificación será la media aritmética ponderada).

Estos contextos quedan estrechamente vinculados a los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje, así como los procedimientos de evaluación, siendo los referentes para establecer los criterios de calificación. Cada uno de ellos se selecciona en función del tipo de actividades y tareas necesarias para evidenciar las habilidades y destrezas expresadas en los criterios de evaluación de cada unidad de trabajo.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno cuando obtenga una calificación igual o superior a 5 de la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y cuando en cada Resultado de Aprendizaje Clave haya obtenido una calificación igual o superior a 5.

Para la determinación de la calificación alcanzada por el alumno en cada evaluación parcial, se concretarán los porcentajes de cada instrumento de evaluación.

Estos instrumentos de evaluación tendrán una puntuación entre 1 y 10 puntos. La suma total de ponderaciones de los criterios de evaluación será 100%. Siendo la nota alcanzada por el alumnado, la suma de las puntuaciones de cada instrumento por su ponderación. Se considera superado el Resultado de Aprendizaje si el total de la calificación es igual o superior a 5.

Al finalizar cada trimestre y de cara a la evaluación parcial, la calificación será la media ponderada de los resultados de aprendizaje finalizados hasta la fecha. Se considerará aprobada la evaluación parcial si la puntuación es igual o superior a 5, siempre y cuando se hayan superado todos los Resultados de Aprendizaje Clave del trimestre.

Las calificaciones de acuerdo con la Orden de evaluación han de expresarse de forma numérica utilizando la escala de 1 a 10. Los redondeos a números enteros, de cada Resultado de Aprendizaje, se harán de la siguiente manera:

- De 5 a 5,64 será un 5, y de 5,65 en adelante un 6
- De 6 a 6,64 será un 6, y de 6,65 en adelante un 7
- De 7 a 7,64 será un 7, y de 7,65 en adelante un 8
- De 8 a 8,64 será un 8, y de 8,65 en adelante un 9
- De 9 a 9,64 será un 9, y de 9,65 en adelante un 10

Para superar el módulo, el alumno ha de alcanzar una calificación mayor o igual a cinco en la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y siempre que alcancen satisfactoriamente todos los Resultados de Aprendizaje Clave.

Cuando un alumno falte a una prueba escrita no final, deberá presentar justificación válida de dicha ausencia y realizará la prueba el día que acuerde con el profesor.

Para acceder a las FEM en marzo, el alumno deberá tener aprobados todos los Resultados de aprendizaje cursados hasta el momento y recogidos como obligatorios (clave) en la programación didáctica de cada módulo profesional. Además, el alumno podrá acceder siempre y cuando tenga el módulo aprobado, a fecha previa de la valoración de acceso a la FEM, con los resultados de aprendizaje evaluados hasta el momento, y siempre y cuando, tenga los módulos no dualizados aprobados a fecha previa de esta sesión de valoración".

### **12.1. Plan de Recuperación de Resultados de Aprendizaje**

Si después de las sesiones periódicas de evaluación, el alumno tiene algún Resultado de Aprendizaje no superado, solo recuperará los Resultados de Aprendizaje no superados. Para ello, se establecerá un plan de recuperación de cada Resultado de Aprendizaje pendiente en tiempo y forma.

Para superar el Resultado de Aprendizaje el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5, siendo la nota del Resultado de Aprendizaje la media ponderada de los Criterios de Evaluación que conforman el citado Resultado de Aprendizaje.

La nota final será la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno cuando obtenga una calificación igual o superior a 5 de la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje y cuando en cada Resultado de Aprendizaje Clave haya obtenido una calificación igual o superior a 5.

### **13. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

Todos los recursos y materiales necesarios para el desarrollo de cada unidad, tales como apuntes, documentación o recursos digitales, se pondrán a disposición del alumno o se indicará cómo obtenerlos.

Bibliografía recomendada: Carrasco Fernández, S. (Año 2017). *Servicios de Atención Comercial*. Editorial Paraninfo.

### **14. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

La programación será flexible y motivadora para desarrollar procesos de aprendizaje adaptados a cada grupo. Hay que tener en cuenta que la Formación Profesional, al ser una enseñanza postobligatoria, no contempla adaptaciones curriculares significativas. Las adaptaciones que se pueden aplicar no podrán suponer, en ningún caso, la supresión de objetivos generales o específicos (resultados de aprendizaje) del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

Existen dos situaciones:

1. Diversidad de procedencias académicas (bachillerato, otros ciclos formativos de diferentes familias profesionales o el entorno laboral) y diversidad de edades, lo que genera grupos muy heterogéneos, con gran diversidad de intereses, motivaciones y diferentes ritmos de aprendizaje.

En este caso, se plantearán actividades de apoyo, refuerzo o ampliación adaptadas a cada caso concreto, para reforzar el interés del alumno/a hacia el módulo.

2. Alumnos con discapacidad (física, auditiva o visual). Adaptación a las necesidades sensoriales del alumnado a través de los equipamientos del centro y los recursos utilizados. Para ello se utilizan recursos materiales, escritos, audiovisuales e informáticos, que permitan el acceso al currículo y se adecuarán las actividades formativas y los procedimientos de evaluación.

Siempre tomando como base el Plan de Atención a la Diversidad (PAD) del centro.

En otro sentido, y en relación a los objetivos de igualdad y coeducación, se integrará en el ejercicio de la práctica docente:

- La eliminación de prejuicios, estereotipos y roles de género en las actividades y materiales.
- El saber de las mujeres y su contribución social y científica.
- La igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- El uso de estrategias metodológicas que promuevan la igualdad y la coeducación.
- El uso de un lenguaje inclusivo y no sexista en la programación.

## **15. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

Se plantea la participación de los alumnos en actividades complementarias y extraescolares relacionadas con la planificación, organización y desarrollo de un mercadillo solidario, además de la colaboración, junto con los alumnos de primer curso de TAC, en el Proyecto T-ACOGÉ.

Todas las actividades tendrán una finalidad didáctico-pedagógica, bien como complemento, profundización o metodología práctica para explicar contenidos teóricos. Su realización podrá verse condicionada por las posibilidades que ofrece el horario y/o disponibilidad de medios, tanto materiales como humanos.

Durante el curso académico 2025-2026 las actividades programadas, en horario vespertino si es posible, por el departamento serán las siguientes:

1. Visita al Departamento de Marketing del Athletic Club.
2. Visita al Departamento de Marketing del Real Racing Club de Santander.

Además de las citadas, cualquier actividad que surja a lo largo del curso y sea susceptible de aprovechamiento por los alumnos.

## **16. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE**

La programación no es un documento estático; debe ser flexible y adaptarse a los cambios detectados durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para corregir posibles desviaciones, se evaluará tanto la programación como la práctica docente, centrándose en lo siguiente:

- Adecuación de los objetivos al grupo.
- Cumplimiento de los objetivos programados.
- Utilidad de los materiales y recursos seleccionados.
- Eficacia de los procedimientos de evaluación.
- Idoneidad de los criterios de calificación.
- Temporalización y secuenciación de los contenidos.
- Metodología empleada.

Instrumentos de Evaluación:

1. Análisis de resultados:
  - a. Grado de adquisición de los resultados de aprendizaje.
  - b. Porcentaje de alumnos que superan el módulo.
  - c. Conocimientos alcanzados reflejados en las calificaciones.
  - d. Evolución del alumnado respecto a evaluaciones previas.
2. Cuestionario de autoevaluación del alumnado:
  - a. Valoración del papel del profesor.
  - b. Adecuación de los recursos y materiales.
  - c. Pertinencia de las actividades propuestas.
3. Autoevaluación del profesor:
  - a. Desarrollo completo de los contenidos.

- b. Adecuación de la temporalización y secuenciación.
- c. Eficacia de la metodología.
- d. Utilidad de los materiales y recursos.

Los resultados permitirán realizar ajustes en la programación, que deberán ser aprobados, comunicados al alumnado y reflejados en la memoria final del curso.

## **17. USO DE ESPACIOS ESPECÍFICOS Y EQUIPAMIENTOS**

Los espacios necesarios para la impartición del módulo, según el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, son el aula de referencia del grupo y el aula de informática que dispone equipos informáticos para todos los alumnos, con conexión a Internet y el software y programas necesarios para abordar todos los contenidos del módulo. Además, el aula dispone de un equipo informático para el profesor/a con conexión a Internet y cañón proyector.

## **18. DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS DOCENTES**

No se contemplan.

## **19. FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN.**

En caso de sorprender a algún alumno/a realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de “Normas sobre Prácticas Fraudulentas” aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing.

De conformidad con el artículo 24 de la Ley de Cantabria 2/2019, de 7 de marzo, para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, todas las denominaciones que, en virtud del principio de economía del lenguaje, se hagan en género masculino inclusivo en este documento, se entenderán realizadas tanto en género femenino como en masculino.