Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

ESPACIOS Y DECORACIÓN COMERCIAL

Julio 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	ESPACIOS Y DECORACIÓN COMERCIAL
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	COMM0086
Nivel de cualificación profesional:	1

Objetivo general

Optimizar los espacios comerciales considerando el color, la iluminación y la animación en el punto de venta.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Estrategia y planificación del punto de venta	9 horas
Módulo 2	Técnicas visuales y ambientales para la atracción de clientes	13 horas
Módulo 3	Experiencia de la clientela y estilos de publicitación comercial	8 horas

Modalidades de impartición

Presencial
Mixta

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	30 horas
Mixta	Duración total de la formación presencial: 7 horas

Requisitos de acceso del alumnado

No se exige ningún requisito para acceder a la formación, aunque se han de poseer las habilidades de la comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

Modalidad mixta	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.- Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.- Técnico o Técnico Superior, preferiblemente, de la familia profesional de Comercio y marketing.- Certificados de profesionalidad de nivel 2 o 3, preferiblemente, de la familia profesional de Comercio y marketing.
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere 1 año en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de no disponer de formación.
Competencia docente	Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos: - Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110. - Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad mixta	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula polivalente	30.0 m²	2.0 m² / participante
Aula Taller de decoración comercial	30.0 m²	2.0 m² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula polivalente	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de

	documentos, cañón con proyección e Internet para el formador.
Aula Taller de decoración comercial	- Equipo comercial básico.- Mobiliario comercial básico: Lineales, estanterías, expositores, mostrador.- Material para cartelística y rotulación.- Herramientas para el montaje de mobiliario comercial.- Productos con etiquetas para su colocación en lineales.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento. Los otros espacios formativos e instalaciones tendrán la superficie y los equipamientos necesarios que ofrezcan cobertura suficiente para impartir la formación con calidad.

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

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

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

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Si la especialidad se imparte en **modalidad mixta**, para realizar la parte presencial de la formación, se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Para impartir la formación en **modalidad mixta**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.

- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

  Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

  - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
  - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
  - Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
  - Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
  - Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.

- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 37321028 DECORADORES DE ESCAPARATES
- 37321037 DECORADORES Y/O DISEÑADORES DE INTERIORES
- 52101023 ENCARGADOS DE PLANTA Y/O SECCIÓN DE COMERCIO
- 52201079 DEPENDIENTES DE COMERCIO, EN GENERAL
- 53001012 COMERCIANTES PROPIETARIOS DE TIENDAS

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: Estrategia y planificación del punto de venta

OBJETIVO

Analizar las estrategias de marketing y merchandising aplicadas al punto de venta, para optimizar la organización del espacio comercial y la circulación de personas consumidoras.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 9 horas

Mixta: Duración de la formación presencial: 7 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis de estrategias de marketing y merchandising en el punto de venta
    - Descripción de marketing y merchandising
    - Enumeración de las fases de aplicación del merchandising e imagen de la empresa
    - Análisis de la persona consumidora
    - Diseño del punto de venta
    - Explicación del surtido y de los criterios de determinación
    - Organización de campañas promocionales en el punto de venta
    - Observación de diferentes escaparates y comparación de campañas de promoción
- Diseño del espacio comercial: mobiliario, circulación e implantación
    - Descripción del tratamiento del espacio
    - Iluminación del comercio y su impacto sobre el medio ambiente
    - Técnicas para minimizar el desperdicio en la decoración del comercio y el montaje
    - Organización del mobiliario y su disposición
    - Implantación por secciones y familias de productos
    - Descripción de la normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas
    - Optimización del lineal: definición y implantación de criterios organizativos
    - Comparación de distintos puntos de venta observando la distribución del espacio y del lineal

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Organización estratégica del espacio comercial para maximizar la eficiencia del punto de venta, considerando el impacto medioambiental de los materiales utilizados en el mobiliario y su disposición.
- Adaptación a cambios en las necesidades de la persona consumidora, aplicando conocimientos sobre productos sostenibles y tendencias ecológicas para satisfacer las expectativas actuales del mercado.

Resultados que tienen que adquirirse en presencial

Deberán realizarse de forma presencial las siguientes actividades:

- Análisis de estrategias de marketing y merchandising en el punto de venta
    - Diseño del punto de venta

- Observación de diferentes escaparates y comparación de campañas de promoción
- Diseño del espacio comercial: mobiliario, circulación e implantación
  - Descripción del tratamiento del espacio
  - Iluminación del comercio y su impacto sobre el medio ambiente
  - Técnicas para minimizar el desperdicio en la decoración del comercio y el montaje
  - Organización del mobiliario y su disposición
  - Implantación por secciones y familias de productos
  - Descripción de la normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas
  - Optimización del lineal: definición y implantación de criterios organizativos
  - Comparación de distintos puntos de venta observando la distribución del espacio y del lineal

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: Técnicas visuales y ambientales para la atracción de clientes

OBJETIVO

Aplicar técnicas de diseño visual y uso del color para crear escaparates que maximicen la atención del cliente, integrando principios de composición e iluminación para mejorar la experiencia de compra.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 13 horas

Mixta: Duración de la formación presencial: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño, composición e iluminación del escaparate
  - Descripción del diseño del escaparate
  - Reducción de residuos en el montaje de escaparates
  - Iluminación del comercio y su impacto sobre el medio ambiente
  - Presentación y distribución de los elementos
  - Captación de la atención mediante rótulos, carteles, displays y exhibidores
  - Relación del escaparate como medio de venta
  - Investigación y realización de pruebas instrumentales en el diseño de escaparates
  - Interpretación de la iluminación en el comercio: tipos de lámparas y análisis de un buen proyecto de iluminación
  - Comparación de escaparates y explicación de las consecuencias de una mala iluminación
- Interpretación de la psicología y uso del color en la decoración comercial
  - Descripción de luz y color
  - Explicación del color pigmento: tono, saturación y luminosidad
  - Explicación de la psicología del color, armonía y contraste
  - Distinción de tonos calientes y fríos y su aplicación en el comercio
  - Síntesis de dinámica y lenguaje de los colores
  - Análisis de la gama de colores que decora un establecimiento

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por la composición y diseño de escaparates, utilizando elementos decorativos reciclables o con bajo impacto ecológico.

- Espíritu crítico para la toma de decisiones respecto a la iluminación, colormetría y composición de escaparates.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3:	Experiencia de la clientela y estilos de publicitación comercial

OBJETIVO

Desarrollar estrategias de publicidad y animación, combinadas con una decoración coherente, para fortalecer la identidad del establecimiento y mejorar la relación con la clientela.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 8 horas

Mixta: Duración de la formación presencial: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Aplicación de la publicidad y animación en el punto de venta
  - Planificación e implantación de la Publicidad en el Lugar de Venta (PLV)
  - Organización de campañas de promoción
  - Animación en el punto de venta: permanente e intermitente
  - Simulación de casos para aplicar animación y creación de una campaña de promoción
- Identificación de los estilos de decoración en el comercio
  - Descripción del estilo clásico
  - Descripción del estilo moderno
  - Descripción del estilo vanguardista
  - Descripción del estilo naturista o rústico
  - Descripción del estilo contemporáneo
  - Clasificación de distintos comercios según el estilo decorativo

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por los distintos estilos decorativos en el proceso de animación del punto de venta.
- Reflexión sobre la importancia de elegir decoraciones alineadas y adecuadas a la marca, y su potencial impacto sobre la venta.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.