

**1.1. Módulo Profesional: Escaparatismo y diseño de espacios comerciales.**  
**Equivalencia en créditos ECTS: 6**  
**Código: 0926**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

RA 1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha analizado la información de la empresa, la competencia, el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.
- b) Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.
- c) Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.
- d) Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.
- e) Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.

RA 2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.
- b) Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.
- c) Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.
- d) Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.
- e) Se han establecido medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.

RA 3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.
- b) Se han elaborado presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.
- c) Se han evaluado las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para su implantación efectiva
- d) Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.
- e) Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.
- f) Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.

RA 4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.
- b) Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate.
- c) Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.
- d) Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.
- e) Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.
- f) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.

RA 5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.
- b) Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.
- c) Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.
- d) Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño según los objetivos definidos.
- e) Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.

RA 6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.
- b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.
- c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.
- d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.
- e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.

**Duración: 75 horas.**

**Contenidos:**

1. Diseño de distribución y organización de un espacio comercial:

- Estudio y conocimiento del cliente.
- Comportamiento del consumidor en el establecimiento comercial.
- La realización del proceso de una compra.
- Tipos de compra:
  - compra prevista
  - compras imprevistas o impulsivas.
- Determinantes internos del comportamiento del consumidor:
  - Motivación, percepción, experiencia y aprendizaje.
  - Características demográficas, socioeconómicas y psicofísicas.
- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
- La distribución y el marketing:
  - Funciones de la distribución.
  - Canales de distribución.
  - Tipos de distribución.
  - Estrategias de distribución.
- El *merchandising*:
  - Objetivos.
  - *Merchandising* de gestión.
  - *Merchandising* de presentación o visual.
  - *Merchandising* de seducción.
- Acciones de *merchandising* del fabricante.
- Acciones de *merchandising* del distribuidor.
- Acciones conjuntas de *merchandising* o *trade marketing*.
- Funciones principales del *merchandising*.
- Tipos de *merchandising*.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales:
  - comercial y
  - de seguridad e higiene.

## 2. Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación:

- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.
- Arquitectura exterior del establecimiento.
- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales. Determinación de zonas:
  - Zona templada,
  - Zona caliente natural
  - Zona fría
  - Zona psicológicamente fría
  - Complementariedad de las secciones
- Elementos exteriores.
- La puerta y los sistemas de acceso.
- La fachada.

- La vía pública como elemento publicitario.
  - El rótulo exterior: tipos.
  - La iluminación exterior.
  - El toldo y su colocación.
  - El escaparate: clases de escaparates.
  - El *hall* del establecimiento.
  - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
  - Elementos interiores.
  - Ambiente del establecimiento.
  - Distribución de los pasillos:
    - de aspiración,
    - principales y
    - de acceso.
  - Implantación de las secciones.
  - Disposición del mobiliario:
    - colocación recta,
    - en parrilla,
    - en espiga,
    - angular,
    - libre,
    - abierta y
    - cerrada.
  - Realización del *lay out* del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).
  - La circulación:
    - Itinerario del cliente,
    - caja y puertas de entrada
    - Facilidades de circulación y acceso a productos y promociones.
    - Normativa de seguridad e higiene.
3. Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:
- Tipos de escaparates.
    - Según su ubicación
    - Según la presentación del escaparate
    - Según el producto que presenta
  - Elementos del escaparate:
    - la mercancía,
    - la creatividad,
    - la composición y
    - la psicología.
    - La temperatura del escaparate:
      - a nivel vertical y
      - a nivel horizontal.

- Presupuesto de implantación del escaparate.
  - Realización del cronograma o planificación temporal del escaparate.
  - Recursos humanos y materiales necesarios para la implantación efectiva.
  - Criterios económicos y comerciales en la implantación.
  - Costes de implantación.
  - Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.
4. Criterios de composición y montaje de escaparates:
- El escaparate y la comunicación.
  - La percepción y la memoria selectiva.
  - La imagen:
    - figura y fondo,
    - contraste y afinidad y
    - forma y materia.
  - La asimetría y la simetría: el punto, la línea, la línea discontinua y el zigzag, las ondas, la curva, los arcos concéntricos, la línea vertical, horizontal, oblicua ascendente y descendente, el ángulo y las paralelas.
  - Las formas geométricas: círculo, óvalo, triángulo, triángulo romo, rombo, cuadrado y rectángulo, entre otras formas.
  - Eficacia del escaparate.
  - Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate:
    - Ratio de atracción.
    - Ratio de convicción.
    - Ratio de efectividad.
    - Otros ratios.
5. Diseño de distintos tipos de escaparate:
- El color en la definición del escaparate:
    - La percepción del color
    - Cualidades del color
    - Clasificación de los colores: básicos, complementarios, binarios, fríos, otros
    - Psicología y fisiología del color.
  - Iluminación en escaparatismo:
    - Sistemas de iluminación
    - Sombras y color
    - Potencia adecuada de un escaparate
    - Tipos de lámparas
  - Elementos para la animación del escaparate:
    - módulos,
    - carteles y señalización,
    - otros.

- Aspectos esenciales del escaparate:
    - colocación,
    - limpieza,
    - rotación,
    - precios,
    - promociones,
    - ambientación.
  - Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.
  - Bocetos de escaparates.
  - Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.
6. Organización del montaje del escaparate comercial:
- Planificación de actividades.
  - Materiales y medios
    - Materiales de ambientación
    - Elementos móviles, equipamientos técnicos y sistemas de animación
    - Elementos fijos
    - Maniqués
    - Criterios de selección
  - Cronograma de montaje.
  - Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de escaparates.
  - Presupuesto del escaparate comercial.
  - Métodos de cálculo de presupuestos.
  - Cálculo de costes de montaje de escaparates: coste de mano de obra, coste de recursos y equipamiento y coste de mantenimiento y ambientación.
  - Programas informáticos utilizados en la gestión de tareas y proyectos

### **Orientaciones pedagógicas.**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates.

La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos como:

- La organización y diseño de espacios comerciales.
- El diseño de escaparates.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.

- Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
- Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
- Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
- Diseño de distintos tipos de escaparate.
- Organización del montaje de un escaparate.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales f), g), o), p), q), r), s), t), u), v), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias e), l), m), n), ñ), o), p), q) y r) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Identificación de las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.
- Diseño de espacios comerciales respetando la normativa aplicable.
- Utilización de las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales, atendiendo a los efectos psicológicos que producen en el consumidor.
- Definición de las funciones y objetivos de la implantación.
- Selección de los elementos interiores y exteriores.
- Elaboración de propuestas para calentar las zonas frías del establecimiento.
- Selección de medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.
- Diseño de elementos interiores y exteriores del establecimiento.
- Elaboración de presupuestos de implantación.
- Confección de cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos.
- Selección de distintas técnicas de escaparatismo según sus efectos psicológicos sobre el consumidor.
- Diseño de los elementos básicos del escaparate.
- Interpretación de documentación técnica de proyectos de escaparate.
- Selección de materiales e iluminación del escaparate.
- Análisis de la normativa comercial y de seguridad e higiene aplicable al diseño de espacios comerciales.
- Utilización de aplicaciones informáticas para el diseño del interior y exterior del establecimiento.
- Utilización de aplicaciones informáticas para la gestión de tareas y proyectos para la organización del montaje de un escaparate comercial.