

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES



L'ORÉAL
Dermatological Beauty

**Modalidad de demostración:
FARMACIA Y PARAFARMACIA**

Descripción Técnica

Secretaría General de Formación Profesional

29/11/2025

COORDINADORA/A TÉCNICA: NATALIA SÁNCHEZ MIRET

Índice

1. Introducción a la modalidad de demostración “FARMACIA Y PARAFARMACIA”	2
1.1. Número de competidores por equipo	2
1.2. ¿Quién patrocina la modalidad de competición?	2
1.3. ¿Qué hacen estos profesionales?	2
1.4. ¿Qué tecnologías emplean estos profesionales?	2
1.5. ¿En qué consiste la competición?	2
1.6. ¿Qué competencias se requieren para el desarrollo de la prueba?	3
1.7. ¿Qué conocimientos se relacionan con el desarrollo de la prueba?	3
2. Plan las pruebas.....	4
2.1. Definición del plan	4
2.2. Criterios para la evaluación las pruebas	4
2.3. Requerimientos generales de seguridad y salud	14
2.3.1. Equipos de protección personal.....	15
2.3.2. Verificación de los equipos y comprobaciones de seguridad.....	15
3. Desarrollo de la competición	15
3.1. Programa de la competición.....	15
3.2. Esquema de calificación	15
3.3. Herramientas y equipos.....	16
3.3.1. Herramientas y equipos aportados por el competidor.	16
3.3.2. Herramientas y equipos aportados por los miembros del jurado	16
3.3.3. Herramientas y equipos con riesgos especiales	16
3.4. Protección contra incendios	16
3.5. Primeros auxilios	16
3.6. Protocolo de actuación ante una situación de emergencia médica.....	16
3.7. Higiene	16
3.8. Esquema orientativo para el diseño del área de competición.....	0

1. Introducción a la modalidad de demostración “FARMACIA Y PARAFARMACIA”

La modalidad de demostración, denominada Farmacia y Parafarmacia, La demostración consistirá en el desarrollo de un trabajo práctico relacionado con el trabajo en una farmacia que requerirá a los/las competidores poner en práctica una amplia gama de conocimientos, habilidades y destrezas para demostrar sus competencias durante la prueba.

1.1. Número de competidores por equipo

Al ser una demostración individual, este año 2026 consta con la participación de 17 competidores/as.

1.2. ¿Quién patrocina la modalidad de competición?

La empresa L'Oréal DermatologicalBeauty, patrocina la Modalidad de demostración de Farmacia y Parafarmacia en su edición de 2026. Este texto ha sido elaborado por Gloria Carrasco y revisado por la coordinadora técnica Natalia Sánchez.

1.3. ¿Qué hacen estos profesionales?

Asistir en la dispensación y elaboración de productos farmacéuticos y afines, y realizar la venta de productos parafarmacéuticos, fomentando la promoción de la salud y ejecutando tareas administrativas y de control de almacén, cumpliendo con las especificaciones de calidad, seguridad y protección ambiental.

1.4. ¿Qué tecnologías emplean estos profesionales?

El/La profesional ejerce su actividad en establecimientos de venta de productos farmacéuticos, parafarmacéuticos y en general productos relacionados con la salud humana o animal, así como con la cosmética, fitoterapia y otros. De igual modo puede ejercer su actividad en pequeños laboratorios de elaboración de productos farmacéuticos y afines.

Así utiliza las tecnologías propias de cada caso, además de apoyar y fomentar la digitalización a través de páginas web y redes sociales.

1.5. ¿En qué consiste la demostración?

La demostración consiste en la realización y valoración de las competencias propias de esta especialidad a través de un trabajo práctico que pondrá de manifiesto la preparación de los alumnos:

Módulo I: Técnicas de venta dermocosmética.

Módulo II: Encadenamiento con medicamentos

Módulo III: Visibilidad de lineales y creación de un 2º espacio

Módulo IV: Redes sociales.

1.6. ¿Qué competencias se requieren para el desarrollo de la prueba?

- Asistir en la dispensación de productos farmacéuticos informado de sus características y de su uso racional.
- Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios.
- Fomentar en los usuarios hábitos de vida saludables para mantener o mejorar su salud y evitar la enfermedad.
- Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo la discreción, y un trato cortés y de respeto.
- Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.

1.7. ¿Qué conocimientos se relacionan con el desarrollo de la prueba?

- Actividades de venta: Marketing interno y externo.
- Organización de los productos de parafarmacia
- Dispensación de medicamentos.
- Interpretación de demandas y prescripciones de productos parafarmacéuticos.
- Selección de los productos dermofarmacéuticos.
- Promoción de la salud.
- Apoyo psicológico al usuario

2. Plan las pruebas

2.1. Definición del plan

El plan de pruebas consiste en un proyecto modular que ejecutarán durante la demostración el/los alumnos.

El alumno deberá demostrar sus habilidades en Farmacia y Parafarmacia, (utilizando los recursos suministrados por el patrocinador y los materiales permitidos).

Para ello, de acuerdo con las competencias necesarias y con los conocimientos relacionados, el trabajo práctico que se proponga requerirá, desplegar las siguientes actividades:

Módulo I: Técnicas de venta dermocosmética.

Módulo II: Encadenamiento con medicamentos

Módulo III: Visibilidad de lineales y 2º espacio

Módulo IV: Redes sociales.

El plan de pruebas se presentará impreso a los competidores, incluyendo todas las especificaciones que se necesiten para su desarrollo.

El plan de pruebas incluirá, al menos, los siguientes apartados:

- Descripción de los módulos de los que consta el plan de pruebas.
- Programación de la competición.
- Criterios de evaluación de cada módulo.
- Sistema de calificación.
- Momento de la evaluación de los módulos.

2.2. Criterios para la evaluación las pruebas¹

(El plan de pruebas irá acompañado de los correspondientes criterios de calificación basados en los siguientes criterios de evaluación)

La evaluación de cada demostración se llevará a cabo por el jurado constituido para cada una de las actividades. Cada miembro del jurado utilizará una rúbrica específica de cada actividad y una vez finalizada la demostración, el jurado se reunirá para discutir la rúbrica definitiva de cada alumno. Una vez se ha llevado a cabo la puesta en común por parte del jurado en cada una de las actividades, la evaluación quedará cerrada y no se modificará en el transcurso de las siguientes actividades de ningún

El método de evaluación en cada una de las rúbricas se basa en una lista de comprobaciones en la que cada miembro del jurado indicará si el alumno las ha completado o no.

Las rúbricas se han diseñado para cada una de las actividades y permiten obtener una puntuación numérica de la demostración en cuestión. Una vez que se hayan obtenido

todas las puntuaciones de las demostraciones de todas las actividades y para cada alumno, se procederá al cálculo de la puntuación final. El peso de cada una de las cuatro actividades será del 25%, de tal modo que la puntuación final de los alumnos se calculará en base a las puntuaciones parciales que han obtenido en cada una de las actividades.

Criterios de evaluación		
I	Criterio 1 Rúbrica Técnicas de venta dermocosmética	Listado aspectos que conforman una venta dermocosmética completa, en la que se indicará si el alumno cumple o no cumple cada aspecto.
II	Criterio 2 Rúbrica Encadenamiento con medicamentos	Listado aspectos que conformaran un encadenamiento dermocosmético con medicamento para paliar y/o mejorar sus efectos adversos, en la que se indicará si el alumno cumple o no cumple cada aspecto.
III	Criterio 3 Rúbrica Visibilidad de lineales y 2º espacio	Listado aspectos que conformaran la colocación de un lineal de farmacia completo y un 2º espacio de visibilidad, en la que se indicará si el alumno cumple o no cumple cada aspecto.
IV	Criterio 4 Rúbrica Redes sociales.	Listado aspectos que conformaran la creación de una red social de una farmacia, en la que se indicará si el alumno cumple o no cumple cada aspecto.

A continuación, se incluirán las rúbricas de cada actividad:

– **Módulo I: Técnicas de venta dermocosmética.**

SPAIN SKILL DERMOFARMACIA- TÉCNICAS DE VENTA

Alumno/a:

Puntuación 0%

1. BIENVENIDA A LA FARMACIA

BIENVENIDA

Lineal limpio y organizado
Bata/Uniforme limpio y planchado
Con la chapa identificativa
Lleva el grooming correcto (pelo, maquillaje, uñas y joyas no llamativas)

ACOGIDA

Frase de bienvenida - "Buenos días/Buenas tardes"
Sonríe mirando al paciente y pregunta "en qué le puede ayudar" (o frase similar)

2. ASESORAMIENTO

ASESORAMIENTO DE LA RUTINA


¿Qué le gustaría mejorar de su rostro?
¿Cómo siente su piel? ¿Tira o brilla?
¿Cuál es su rutina diaria?
¿Cómo le gustan las texturas? ¿Ligeras o ricas?
Información extra, estilo de vida: estrés, sueño, fumador, alimentación...

ASESORAMIENTO FOTOPROTECCIÓN

¿Para quién es? Niño/Adulto
¿Qué tipo de exposición va a realizar? Intensidad/Actividad
¿Cómo reacciona su piel frente al sol? Fototipo
¿Tiene alguna alteración en la piel? Acné, alergia, manchas... ¿Toma algún tipo de medicación fotosensibilizante?
¿Cuál es su rutina de cuidado facial y corporal?
¿Qué texturas prefiere para rostro y cuerpo? Fluidas/ hidratantes/ wet skin/ color/sin contacto...

ASESORAMIENTO CAPILAR (MAX 4 RESPUESTAS)

¿Qué le gustaría mejorar de su cabello?
¿Con qué frecuencia tiene necesidad de lavar su cabello?
¿Cuál es su rutina capilar?
Caída/masa capilar: ¿desde cuándo se le cae el cabello? ¿Cómo es la caída? ¿Nota cambios en la masa capilar?
Cuero cabelludo sensible: ¿Siente picores o enrojecimiento en el cuero cabelludo?
Caspa: ¿Encuentra caspa en su cabello, sobre los hombros y en la ropa?
Fibra capilar: ¿Cómo se nota el cabello? (suave, áspero...) ¿Se parte al peinar?



RECOMENDACIÓN

3. RECOMENDACIÓN Y DEMOSTRACIÓN

RECOMENDACIÓN

Recapitula la información del diagnóstico

Escucha de forma activa y recomienda en función de la necesidad

Explica los beneficios adaptados a las necesidades


Menciona uno o dos activos que contiene el producto

Explica cómo y cuándo se aplica el producto

DEMOSTRACIÓN

Da a conocer la textura

Pregunta sensaciones



VENTAS COMBINADAS


4. VENTAS COMBINADAS

Una vez que el cliente ha confirmado su producto principal:

Encadena por el uso y aconseja con el mismo nivel de detalle que el producto principal

Propone un producto adicional del mismo eje

Resume los beneficios globales de la rutina completa




VENTAS CRUZADAS

5. VENTAS CRUZADAS

Encadena por el uso y aconseja con el mismo nivel de detalle

Propone un producto adicional del mismo eje



CIERRE DE VENTAS

6. CIERRE


Refuerza la recomendación

Recuerda los beneficios que eran su prioridad

Cierre de la venta. Confirmamos con el cliente el/los productos que desea adquirir

Le comunica el importe de la venta

Le acompaña entregándole la bolsa en la mano, sin darle la espalda hasta que el paciente lo haga



FIDELIZACIÓN Y CRM

7. FIDELIZACIÓN Y CRM

MUESTREO

Ofrece la muestra. Valoriza con el lenguaje: no hablar de "muestritas, minis..."

Explica el modo de empleo con el mismo grado de detalle que el producto de

FIDELIZAR

Vía teléfono / Invita a volver a la farmacia: seguimiento del paciente

Menciona si tiene RRSS, CRM o WEB

LOS IMPRESCINDIBLES

Habla con pasión y entusiasmo

Tiene una actitud amable, respetuosa y sonriente durante toda la venta

¿Le ha dado su nombre y ha agradecido su visita?

Ha mantenido el espacio limpio y organizado

Sigue un orden lógico y coherente durante la venta

Se expresa con claridad

Inspira confianza y seguridad

Utiliza un vocabulario técnico adecuado

Aconseja sobre hábitos de vida saludable (nutrición, higiene, hábitos de sueño, etc) en relación con las necesidades del paciente.

– **Módulo II: Encadenamiento con medicamentos**

EVALUACIÓN RX COUNTER- TÉCNICA DE VENTA

Alumno/a:

Puntuación 0%



1. BIENVENIDA A LA FARMACIA

BIENVENIDA

- ☐ Lineal limpio y organizado
- ☐ Bata/Uniforme limpio y planchado
- ☐ Con la chapa identificativa
- ☐ Lleva el grooming correcto (pelo, maquillaje, uñas y joyas no llamativas)

ACOGIDA

- ☐ Frase de bienvenida - "Buenos días/Buenas tardes"
- ☐ Sonríe mirando al paciente y pregunta "en qué le puede ayudar" (o frase similar)



2. DISPENSACIÓN DEL MEDICAMENTO Y ASESORAMIENTO

DISPENSACIÓN DEL MEDICAMENTO

- ☐ ¿Para quién es?
- ☐ Pregunta para qué se lo han recetado
- ☐ Explica la posología
- ☐ Dispensa el medicamento
- ☐ Encadena con un dermocosmético adaptado a los efectos secundarios del medicamento

ASESORAMIENTO DE LA RUTINA


- ☐ ¿Cómo siente su piel? ¿Tira o brilla?
- ☐ ¿Cuál es su rutina diaria?
- ☐ ¿Cómo le gustan las texturas? ¿Ligeras o ricas?
- ☐ Información extra, estilo de vida: estrés, sueño, fumador, alimentación...

ASESORAMIENTO FOTOPROTECCIÓN

- ☐ ¿Qué tipo de exposición va a realizar? Intensidad/Actividad
- ☐ ¿Cómo reacciona su piel frente al sol? Fototipo
- ☐ ¿Tiene alguna alteración en la piel? Acné, alergia, manchas...
- ☐ ¿Cuál es su rutina de cuidado facial y corporal?
- ☐ ¿Qué texturas prefiere para rostro y cuerpo? Fluidas/ hidratantes/ wet skin/ color/sin contacto...

ASESORAMIENTO CAPILAR (máximo 4 respuestas)

- ☐ ¿Con qué frecuencia tiene necesidad de lavar su cabello?
- ☐ ¿Cuál es su rutina capilar?
- ☐ Caída/masa capilar: ¿desde cuándo se le cae el cabello? ¿Cómo es la caída? ¿Nota cambios en la masa capilar?
- ☐ Cuero cabelludo sensible: ¿Siente picores o enrojecimiento en el cuero cabelludo?
- ☐ Caspa: ¿Encuentra caspa en su cabello, sobre los hombros y en la ropa?
- ☐ Fibra capilar: ¿Cómo se nota el cabello? (suave, áspero...) ¿Se parte al peinar?



RECOMENDACIÓN

Recapitula la información del diagnóstico

Escucha de forma activa y recomienda en función de la necesidad


Explica los beneficios adaptados a las necesidades

Menciona uno o dos activos que contiene el producto

Explica cómo y cuándo se aplica el producto

Da a conocer la textura

Pregunta sensaciones




VENTAS COMBINADAS

Una vez que el cliente ha confirmado su producto principal:

Encadena por el uso y aconseja con el mismo nivel de detalle que el producto principal

Propone un producto adicional del mismo eje


Resume los beneficios globales de la rutina completa



VENTAS CRUZADAS

Encadena por el uso y aconseja con el mismo nivel de detalle

Propone un producto adicional del mismo eje



CIERRE DE VENTAS


Refuerza la recomendación

Recuerda los beneficios que eran su prioridad

Cierre de la venta. Confirmamos con el cliente el/los productos que desea adquirir.

Le comunica el importe de la venta.

Le acompaña entregándole la bolsa en la mano, sin darle la espalda hasta que el paciente lo haga.



FIDELIZACIÓN Y CRM

7. FIDELIZACIÓN Y CRM

MUESTREO

Ofrece la muestra. Valoriza con el lenguaje: no hablar de "muestritas, minis..."

Explica el modo de empleo con el mismo grado de detalle que el producto de compra

FIDELIZAR

Vía teléfono / Invita a volver a la farmacia: seguimiento del paciente

Menciona si tiene RRSS, CRM o WEB

LOS IMPRESCINDIBLES

Habla con pasión y entusiasmo

Tiene una actitud amistosa, amable y sonriente durante toda la venta

¿Le has dado tu nombre y has agradecido su visita?

Ha mantenido el espacio limpio y organizado

Sigue un orden lógico y coherente durante la venta

Se expresa con claridad

Inspira confianza y seguridad

Utiliza un vocabulario técnico adecuado

Aconseja sobre hábitos de vida saludable (nutrición, higiene, hábitos de sueño, etc) en relación con las necesidades del paciente.

– Módulo III: Visibilidad de lineales y 2º espacio



SKILLS DERMOFARMACIA - VISIBILIDAD

Alumno/a:

Puntuación:

-



1. COLOCACION DE LINEAL

PREPARACIÓN DEL ESPACIO

- ☐ Lineal limpio
- ☐ Retira elementos de otros laboratorios

PREPARACIÓN DE MATERIALES

- ☐ Busca medios de apoyo para facilitar la colocación del producto
- ☐ Utiliza los materiales apropiados para la manipulación de las cajas
- ☐ Trabaja de forma segura: cierra el cúter al acabar, espacio libre de obstáculos, etc.

COLOCACIÓN DEL MERCH

- ☐ Se asegura que todos los elementos estén en perfecto estado para su colocación
- ☐ Sigue la colocación correcta, de arriba abajo y de izquierda a derecha
- ☐ Se asegura que los elementos están limpios

COLOCACIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN PLANOGRAMA

- ☐ Coloca los productos según el planograma de la marca
- ☐ Manipula el producto con respeto: evitando roturas y abolladuras
- ☐ No deja espacios entre las cajas
- ☐ Coloca los testers del producto en los lugares correctos
- ☐ Revisa finalmente toda la instalación
- ☐ Coloca todos los productos



2. COLOCACIÓN DE SEGUNDO ESPACIO

PREPARACIÓN DEL ESPACIO

Trabaja de forma segura: cierra el cúter al acabar, espacio libre de obstáculos, etc.

Se asegura que está limpio y despejado

Retira elementos de otros laboratorios

PREPARACIÓN DE LOS ELEMENTOS

Selecciona los elementos apropiados

Crea un plano de cómo quiere distribuir los elementos y la idea es creativa

Busca medios de apoyo para facilitar la colocación del producto

Trabaja de forma segura: cierra el cúter al acabar, espacio libre de obstáculos, etc.

COLOCACIÓN DE LOS ELEMENTOS

Coloca los elementos de manera llamativa y original

No tapa mensajes importantes

Coloca de manera visible los ítems promocionales

Revisa que toda la instalación esté correcta

Coloca los elementos orientados a la visibilidad del público

Manipula el producto con respeto: evitando roturas y abolladuras

Coloca todos los productos

LOS IMPRESCINDIBLES (Aplica 1 y 2)

Trabaja de manera concentrada y ordenada

Trabaja con agilidad y cumple con los tiempos

Demuestra creatividad

Deja los espacios de trabajo limpios y ordenados

– **Módulo IV: Redes sociales.**

EVALUACIÓN REDES SOCIALES

Alumno/a:

Puntuación: 0%

1. PASOS ESENCIALES PARA UNA CUENTA DE INSTAGRAM

- ☐ Crear un handle comprensible para el perfil de la farmacia
- ☐ Añadir el nombre de la farmacia en el nombre del perfil de Instagram
- ☐ Escribir una biografía donde se describan los servicios de la farmacia
- ☐ Incluir la dirección física de la farmacia
- ☐ Incluir el teléfono de la farmacia
- ☐ Añadir un link a la web de la farmacia o la página de facebook
- ☐ Hacer el perfil público
- ☐ Incluir la categoría del perfil o profesión (salud/ belleza)
- ☐ Incluir una foto de perfil profesional

2. PASOS PARA UN POST SOBRE DERMOCOSMÉTICA

- ☐ Comprobar que cuando se habla de producto, se vea bien la marca y el nombre del producto
- ☐ Comprobar que mencionamos la cuenta de Instagram nacional (internacional si no existiese la primera) de la marca del producto.
- ☐ Crear un contenido sencillo para el usuario y favorecer así su comprensión. Usa todos los recursos que consideres para ello
- ☐ Para los "copies", utilizaremos siempre un lenguaje profesional pero cercano
- ☐ No cometer faltas de ortografía
- ☐ Utilizar los hashtags de las marcas
- ☐ Utilizar otros hastags asociados al contenido que compartamos
- ☐ Transmitir una imagen experta, ¡la bata blanca siempre ayuda!
- ☐ Priorizar los contenidos de video vs las imágenes estáticas
- ☐ Explotar al máximo nuestra creatividad sin dejar de ser rigurosos

**Impass para que se puedan seguir entre los participantes*

3. LEER LAS ESTADÍSTICAS CORRECTAMENTE

- ☐ Conocer el perfil demográfico de tus seguidores
- ☐ Conoce a cuántas cuentas has llegado recientemente
- ☐ Demuestra que sabes dónde mirar estadísticas de publicaciones

4. PASOS PARA UN PERFIL TOP DE UNA FARMACIA - BONUS

- ☐ Desarrollar un estilo único y personal de la farmacia
- ☐ Potencia todos los recursos de Instagram (historias destacadas, distintos formatos, canal de difusión...)
- ☐ Atención especial a clientes o potenciales clientes: ¡mantén viva tu comunidad! Invítalos a interactuar contigo.

Ponderaciones de cada rúbrica:

Criterios de evaluación Actividad Técnica de ventas	Pesos
Bienvenida a la farmacia	5%
Diagnóstico	20%
Recomendación y demostración	20%
Ventas combinadas	15%
Ventas cruzadas	10%
Cierre de la venta	10%
Fidelización y CRM	5%
Los imprescindibles de la comunicación	15%
Total	100%

Criterios de evaluación Actividad Redes sociales	Pesos
Creación de una cuenta de Instagram	25%

Creación de un post sobre dermocosmética	25%
Obtención de las estadísticas de la cuenta de Instagram	25%
Consecución de un perfil top ventas	25%
Total	100%

Criterios de evaluación Actividad Encadenamiento con medicamentos	Pesos
Bienvenida a la farmacia	5%
Dispensación del medicamento y asesoramiento	20%
Recomendación y demostración	20%
Ventas combinadas	15%
Ventas cruzadas	10%
Cierre de la venta	10%
Fidelización y CRM	5%
Comunicación	15%
Total	100%

Criterios de evaluación Actividad Visibilidad	Pesos
Preparación del espacio en el lineal	11,4%
Preparación de los materiales en el lineal	7,6%
Colocación del merch en el lineal	11,4%
Colocación del producto en el lineal segundo planograma	19%
Preparación del espacio en el escaparate	7,6%
Preparación de los elementos	11,4%
Colocación de los elementos en el escaparate	15,2%
Desarrollo del trabajo, habilidades y destrezas.	16,4%
Total	100%

2.3. Requerimientos generales de seguridad y salud

No Aplica.

2.3.1. Equipos de protección personal

No Aplica.

2.3.2. Verificación de los equipos y comprobaciones de seguridad

No Aplica.

3. Desarrollo de la competición

3.1. Programa de la competición

La demostración se desarrollará a lo largo de tres jornadas, dividida en módulos para facilitar su ejecución y evaluación, de acuerdo con el siguiente programa. **(El siguiente esquema se presenta SOLAMENTE A MODO DE EJEMPLO)**

Módulo: Descripción del trabajo a realizar	Día 1	Día 2	Día 3	horas
Actividad C: Visibilidad de lineales y 2º espacio	4			4
Actividad A: Técnicas de venta dermocosmética		5		5
Actividad D: Redes sociales.		2		2
Actividad B: Encadenamiento con medicamentos			5	5
Comunicación de las puntuaciones finales			1	1
TOTAL	4	7	6	17

Cada día al comienzo de la competición, el jurado informará a los competidores sobre las tareas a realizar y los aspectos críticos de las mismas.

3.2. Esquema de calificación

Para la evaluación de cada uno de los módulos se aplicarán criterios de calificación de acuerdo con el siguiente esquema:

Criterios de evaluación		Módulos				Total
		A	B	C	D	
A	Criterio 1 Rúbrica Técnicas de venta dermocosmética	25	0	0	0	25
B	Criterio 2 Rúbrica Encadenamiento con medicamentos	0	25	0	0	25
C	Criterio 3 Rúbrica Visibilidad de lineales y 2º espacio	0	0	25	0	25
D	Criterio 4 Rúbrica Redes sociales.	0	0	0	25	25
TOTAL		25	25	25	25	100

3.3. Herramientas y equipos.

3.3.1. Herramientas y equipos aportados por el competidor.

No Aplica.

3.3.2. Herramientas y equipos aportados por los miembros del jurado

No Aplica.

3.3.3. Herramientas y equipos con riesgos especiales

No Aplica.

3.4 Protección contra incendios

En la zona de la competición se colocarán extintores portátiles que deben de ser fácilmente visibles, accesibles y estarán señalizados.

3.5 Primeros auxilios

En la zona de competición habrá de forma permanente un kit de primeros auxilios.

3.6 Protocolo de actuación ante una situación de emergencia médica.

En la zona de competición habrá de forma visible un cartel en el que vendrá especificado el protocolo de actuación en caso de emergencia médica.

3.7 Higiene

Se mantendrá el espacio de trabajo en todo momento limpio, sin residuos en el suelo que puedan ocasionar resbalones, tropiezos, caídas o accidentes en las máquinas.

El competidor se responsabilizará de mantener su área de trabajo en perfectas condiciones

3.8 Esquema orientativo para el diseño del área de competición

