

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES



**Modalidad de
competición/demostración 2026:
FARMACIA Y PARAFARMACIA**

Plan de pruebas

SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Documento elaborado por: NATALIA SÁNCHEZ MIRET



Cofinanciado por
la Unión Europea

SKILLS 2026_Modalidad _Farmacia y Parafarmac

Índice

1. Introducción	3
2. Plan de pruebas	3
2.1. Definición de las pruebas	4
2.2. Programa de la competición.....	6
2.3. Esquema de calificación.....	6
3. Módulo I	7
3.1. Instrucciones de trabajo del módulo I	7
3.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo I	Error! Bookmark not defined.
3.3. Calificación del módulo I	9
4. Módulo II	11
4.1. Instrucciones de trabajo del módulo II	11
4.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo II	11
4.3. Calificación del módulo II.....	13
5. Módulo III	15
5.1. Instrucciones de trabajo del módulo III	15
5.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo III	15
5.3. Calificación del módulo III.....	16
6. Módulo IV	9
6.1. Instrucciones de trabajo del módulo IV	9
6.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo IV.....	10
6.3. Calificación del módulo IV	11

1. Introducción

Este documento establece el plan de pruebas para la modalidad de demostración FARMACIA Y PARAFARMACIA

El presente plan de pruebas está definido de acuerdo con las especificaciones contenidas en el documento Descripción Técnica de la modalidad FARMACIA Y PARAFARMACIA. Aunque hay una modificación de las pruebas y de la clasificación que se desarrollan en este documento.

Todas las pruebas se realizarán en castellano, siendo esta lengua la vehicular en toda la competición. Entre los principales objetivos de estas competiciones, pueden citarse:

1. Promocionar y difundir las enseñanzas de Formación Profesional.
2. Fomentar valores de carácter personal y social asociados a las buenas prácticas de los alumnos de Formación Profesional.
3. Poner en valor la competencia profesional adquirida por los alumnos de Formación Profesional.
4. Estimular y motivar a los alumnos de Formación Profesional, incidiendo en su rendimiento académico y futuro profesional.
5. Reconocer la profesionalidad y dedicación del profesorado de Formación Profesional.
6. Crear un punto de encuentro entre profesionales, profesorado y alumnado, fomentando la transferencia de conocimiento y estrechando lazos entre la realidad empresarial y laboral, y la Formación Profesional en el ámbito educativo.
7. Esta modalidad es tipo “demo” por tanto, el/la ganadora NO irá a WorldSkills ni a EuroSkills.

- Lugar de celebración de las pruebas

Las pruebas se realizarán en la sede de: IFEMA (Madrid)

- Empresas y entidades colaboradoras

L'Oréal Dermatological Beauty

- Fecha de celebración

La demostración de competición se celebrará: 24 al 28 de febrero 2026

- Programa de la jornada PROVISIONAL

Esta pendiente de confirmar por la organización.

Las CCAA inscritas son todas las comunidades autónomas de España y las dos ciudades autónomas (Ceuta y Melilla), a excepción de País Vasco y Asturias.. En total, son 17 competidores en la modalidad de demo de FARMACIA Y PARAFARMACIA.

Los participantes deben de cumplir la edad marcada en SpainSkills y deben cumplir las normas de SpainSkills.

La competición en la presente modalidad se realizará: de forma individual

· Requisitos de edad. (marcar la opción que corresponda):

En modalidades de categoría nacional, los/as competidores/as no deberán superar los 21 años cumplidos a 31 de diciembre de 2025 o, en el caso del skill de Mecatrónica, los 24 años a 31 de diciembre de 2025.

En el resto de categorías no existe límite de edad para los/as competidores/as.

· Los/as competidores/as deberán acudir a la competición acompañados por su tutor/a.

· Los participantes deberán acudir con puntualidad a las instalaciones dónde se celebre la competición.

2. Plan de pruebas

2.1. Definición de las pruebas

Las pruebas que se van a desarrollar a lo largo de los tres días en jornadas de mañana y tarde, según el turno por sorteo que toque. Los competidores esperarán a su turno en una sala aislado del resto. No podrán estar al corriente de las pruebas que se realicen en el exterior hasta que les toque el turno. Está prohibido utilizar el teléfono u otro dispositivo que contacte con el exterior.

Los pesos se han distribuido según la importancia de las pruebas pasando a pesar Recomendación un 30%, RX con medicamento 30%, Visibilidad 20% y Digital 20%.

Las pruebas a realizar son 4:

- Recomendación de dermocosmética
- RX con medicamento
- 2 pruebas de visibilidad
- Digital

1) PRUEBA DE RECOMENDACIÓN (que tiene un peso en la nota total de 30 %)

- Consiste en realizar una recomendación de un dermocosmético según las rúbricas que se determinan más adelante.
- La prueba durará máximo 30 minutos por alumnado teniendo tiempo suficiente para realizar una recomendación adecuada.
- La prueba la realizará de forma individual
- Al inicio de la prueba se realizará un sorteo para establecer el orden de participación. Las competidores que no participen tendrán que esperar su turno en una sala aislada del exterior.
- Para la prueba de recomendación, el alumnado contará con un mostrador simulando una farmacia, donde podrán realizar esta recomendación dermocosmética.
- Se evaluará el correcto asesoramiento y recomendación de un producto dermocosmético según rúbrica.
- Las pruebas se realizan en castellano.

2) PRUEBA DE TÉCNICA RX con MEDICAMENTO (que tiene un peso total de 30 %)

- Consiste en realizar una recomendación de un dermocosmético desde una prescripción médica según los conocimientos aprendidos y siguiendo la rúbrica que se determina en este documento.
- La prueba durará máximo 30 minutos por alumnado.
- La prueba se realizará de forma individual.

- Al inicio de la prueba se realizará un sorteo para establecer el orden de participación. Las competidores que no participen tendrán que esperar su turno en una sala aislada del exterior.

Para la prueba de la técnica de venta cruzada con medicamentos, los alumnos contarán con un mostrador simulando una farmacia, donde podrán realizar esta recomendación dermocosmética.

3) PRUEBA DE 2º ESPACIO (TIENE UN PESO TOTAL EN LA NOTA DEL 20%)

-Consiste en montar dos mesas de exposición, una mesa de fotoprotectores y otra mesa de productos dermocosméticos anti-edad o similar.

4) PRUEBA DE REDES SOCIALES (TIENE UN PESO TOTAL EN LA NOTA DEL 20%)

-Esta prueba consiste en crear una cuenta de instagram de una farmacia en todos los requisitos que se describen en la rúbrica o grilla.

2.2. Programa de la competición

Módulo Descripción del trabajo a realizar	Día 1 (24/2)	Día 2 (25/2)	Día 3 (26/2)	Día 4 27/2)	Día 5 (28/2)	
Presentación	X					
Módulo 1		X				
Módulo 2			x			
Módulo 3				X		
Módulo 4				X		
Clausura					x	

2.3. Esquema de calificación

3. Módulo I

3.1. Instrucciones de trabajo del módulo I

Se sortea el orden de realización de la prueba. El alumnado deberá esperar su turno en una sala habilitada para ello. No está permitido el uso de dispositivos móviles o similares (relojes etc) ya que está prohibido el acceso al exterior.

Se debe cumplir las normas que se expliquen en la sala. Se debe cumplir la rúbrica o grilla en esta prueba.

3.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo I

En la siguiente rúbrica se explican todos los criterios que se valoran:



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"
- Pregunta "en qué le puede ayudar" (o frase similar)



2. ASESORAMIENTO

ASESORAMIENTO DE LA RUTINA

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

ASESORAMIENTO FOTOPROTECCIÓN

- ¿Para quién es? Niño, Adulto...
- ¿Qué tipo de exposición va a realizar? Intensidad o 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/o corporal?
- ¿Qué texturas prefiere para rostro y cuerpo? Fluidas, hidratantes, wet skin, color, sin contacto...






3. RECOMENDACIÓN Y DEMOSTRACIÓN


RECOMENDACIÓN

- Recapitula la información del diagnóstico
- Escucha de forma activa
- 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	<p>4. VENTAS COMBINADAS</p> <p><i>Una vez que el cliente ha confirmado su producto principal:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Encadena por el uso 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	<p>5. VENTAS CRUZADAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Encadena por el uso Aconseja con el mismo nivel de detalle que el producto principal Propone un producto adicional del mismo eje
 CIERRE DE VENTAS	<p>6. CIERRE</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<p>7. FIDELIZACIÓN Y CRM</p> <p>MUESTREO</p> <ul style="list-style-type: none"> Ofrece la muestra. Valoriza con el lenguaje: no hablar de "muestritas, minis..." Explica el modo de empleo con mismo grado de detalle que el producto de compra <p>FIDELIZAR</p> <ul style="list-style-type: none"> Via teléfono / Invita a volver a la farmacia: seguimiento del paciente Menciona si tiene RRSS, CRM o WEB
	<p>LOS IMPRESCINDIBLES</p> <ul style="list-style-type: none"> Habla con pasión y entusiasmo Tiene una actitud amistosa, amable 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) Ha llevado a cabo la atención con un estilo único y personalizado, demostrando excelencia en el proceso

3.3. Calificación del módulo I

Este módulo tiene un peso del 30 % en el global de la nota, teniendo en cuenta las siguientes puntuaciones:

TEMÁTICA	PESOS
1.1. BIENVENIDA A LA FARMACIA	5%
2. DIAGNÓSTICO	20%

3. RECOMENDACIÓN Y DEMOSTRACIÓN	20%
4. VENTAS COMBINADAS	15%
5. VENTAS CRUZADAS	10%
6. CIERRE	10%
7. FIDELIZACIÓN Y CRM	5%
8. LOS IMPRESCINDIBLES	15%

100%



4. Módulo II



4.1. Instrucciones de trabajo del módulo II

Se sortea el orden de realización de la prueba. El alumnado deberá esperar su turno en una sala habilitada para ello. No está permitido el uso de dispositivos móviles o similares (relojes etc) ya que está prohibido el acceso al exterior.

Se debe cumplir las normas que se expliquen en la sala. Se debe cumplir la rúbrica o grilla en esta prueba.

Importante seguir las indicaciones que marque la organización.

4.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo II

 BIENVENIDA	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"
	Pregunta "en qué le puede ayudar" (o frase similar)
 NECESIDADES Y DIAGNÓSTICO	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? <input type="text" value="Office on the web Frame"/>
	¿Cómo le gustan las t...?
	Información extra, estilo de vida: estrés, sueño, fumador, alimentación...

ASESORAMIENTO FOTOPROTECCION

- ¿Qué tipo de exposición va a realizar? Intensidad o 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?

3. RECOMENDACION Y DEMOSTRACIÓN



RECOMENDACIÓN

RECOMENDACION

- Recapitula la información del diagnóstico
- Escucha de forma activa
- 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
- 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
 Aconseja con el mismo nivel de detalle que el producto principal
 Propone un producto adicional de distinto 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 compra

FIDELIZAR

Via 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)
 Ha llevado a cabo la atención con un estilo único y personalizado, demostrando excelencia en el proceso

4.3. Calificación del módulo II

TEMÁTICA	PESOS
1. BIENVENIDA A LA FARMACIA	5%
2. DISPENSACIÓN DE MEDICAMENTO Y ASESORAMIENTO	20%
3. RECOMENDACIÓN Y DEMOSTRACIÓN	20%
4. VENTAS COMBINADAS	15%
5. VENTAS CRUZADAS	10%
6. CIERRE	10%
7. FIDELIZACIÓN Y CRM	5%



8. LOS IMPRESCINDIBLES	15%
------------------------	-----

100%



5. Módulo III

5.1. Instrucciones de trabajo del módulo III

Se indicará las instrucciones antes de empezar la prueba- Se debe realizar dos pruebas de espacio promocional: una de anti-edad y otra prueba de fotoprotección. En ambas pruebas, el alumnado tendrá disponible el material necesario para elaborar las pruebas. Tras terminar la prueba, el jurado pasará a puntuar el espacio. El competidor debe explicar su espacio.

5.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo III



1. COLOCACIÓN ESPACIO PROMOCIONAL ANTIEDAD

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 materiales y/o productos de otros laboratorios

PREPARACIÓN DE MATERIALES

- Selecciona los materiales y/o productos apropiados de la temática
- Crea un plano de cómo quiere distribuir los materiales
- Demuestra creatividad en la realización del plano
- 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 MATERIALES

- Coloca los elementos de manera llamativa y original
- No tapa mensajes importantes
- Coloca de manera visible los items promocionales
- Revisa que toda la instalación esté correcta
- Coloca los materiales y/o productos orientados a la visibilidad del público
- Manipula el producto con respeto, evitando roturas y abolladuras
- Coloca todos los productos

LOS IMPRESCINDIBLES

- Trabaja de manera concentrada y ordenada
- Trabaja con agilidad y cumple con los tiempos
- Demuestra creatividad
- Deja los espacios de trabajo limpios y ordenados





2. COLOCACIÓN ESPACIO PROMOCIONAL FOTOPROTECCION

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 materiales y/o productos de otros laboratorios

PREPARACIÓN DE LOS MATERIALES

- Selecciona los materiales y/o productos apropiados conforme a la temática
- Creas un plano de cómo quiere distribuir los materiales
- Demuestra creatividad en la realización del plano
- 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 MATERIALES

- Coloca los elementos de manera llamativa y original
- No tapa mensajes importantes
- Coloca de manera visible los items promocionales
- Revisa que toda la instalación esté correcta
- Coloca los materiales y/o productos orientados a la visibilidad del público
- Manipula el producto con respeto, evitando roturas y abolladuras
- Coloca todos los productos

LOS IMPRESCINDIBLES

- Trabaja de manera concentrada y ordenada
- Trabaja con agilidad y cumple con los tiempos
- Demuestra creatividad
- Deja los espacios de trabajo limpios y ordenados

5.3. Calificación del módulo III

Esta prueba tendrá un peso en la nota final del 20 %

6. Módulo IV

6.1. Instrucciones de trabajo del módulo IV

Esta prueba conocida como la Evaluación de las Redes Sociales se realizará con los teléfonos de los móviles de los competidores. Por tanto, todos/as los competidos deberán traer sus teléfonos. En esta prueba no está permitido llevar preparado material elaborado o preparado previamente ya que se debe realizar in situ. Toda la prueba está proyectada en televisores o pantallas. Es necesario que el competidor el teléfono cargado de batería. Está permitido el uso de baterías portátiles. Se valora todos los ítems que están en la grilla o rúbrica.

6.2. Criterios de evaluación relacionados con el módulo IV

PHARMA FORWARD
Proyecto L'ORÉAL

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 a la página de facebook
- Hacer el perfil público
- Incluir la categoría del perfil o profesión (salud/ belleza)
- Incluir una foto, logo o imagen de perfil, profesional

2. PASOS PARA UN POST SOBRE DERMOCOSMÉTICA

- Comprobar que cuando se habla de producto, se ve bien la marca y producto
- Comprobar que mencionamos la cuenta de Instagram nacional (ante no existiese la primera) de la marca del producto.

01 - Internal Use



Cofinanciado por
la Unión Europea

SKILLS 2026_Modalidad _Farmacia y Parafarmac

- Crear un contenido sencillo para el usuario y favorecer así su compra todos los recursos que consideren para ello
- Para los "copies", utilizaremos siempre un lenguaje profesional pero
- 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
- Conocer a cuántas cuentas has llegado recientemente
- Demostrar que sabe dónde mirar estadísticas de publicaciones

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

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

6.3. Calificación del módulo IV

Esta prueba tiene una puntuación del 20 %.

