

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y DEPORTE

Orden de 15 de marzo de 2021, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

La Comunidad Autónoma de Andalucía ostenta la competencia compartida para el establecimiento de los planes de estudio, incluida la ordenación curricular, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52.2 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, sin perjuicio de lo recogido en el artículo 149.1.30.^a de la Constitución Española, a tenor del cual corresponde al Estado dictar las normas básicas para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución Española, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, regula en su Capítulo V «Formación profesional», del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en su artículo 10.1 que la Administración General del Estado determinará los títulos y los certificados de profesionalidad que constituirán las ofertas de formación profesional referidos al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, y en el apartado 2 que las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional.

Por otro lado, la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, regula en su Capítulo V del Título I la ordenación de la Formación Profesional en el sistema educativo, disponiendo, en su artículo 39.4 que el currículo de estas enseñanzas se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional y a lo establecido en el apartado 4 del artículo 6.bis de dicha ley orgánica. Asimismo, en su artículo 39.6 establece, que el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de Formación Profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

En desarrollo de estos preceptos, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, fija los principios y la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales y Formación Profesional, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social, dejando a la Administración educativa correspondiente el desarrollo de diversos aspectos contemplados en el mismo.

De conformidad con lo anterior y una vez que el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, por el que se establece el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo, ha fijado el perfil profesional del título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, los aspectos básicos del currículo y aquellos otros aspectos de la ordenación académica que aseguran una formación común y garantizan la validez de los títulos en todo el territorio nacional, procede ahora determinar, al objeto de poner en marcha estas nuevas enseñanzas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, la ampliación y contextualización de los contenidos de los módulos profesionales incluidos en el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, respetando el perfil profesional del mismo. Las enseñanzas correspondientes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios se organizan en forma de ciclo formativo de grado medio, de 2.000 horas de duración, y están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales del ciclo formativo.

El Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Esta formación profesional está integrada por estudios conducentes a una amplia variedad de titulaciones, por lo que el citado decreto determina en su artículo 13 que la Consejería competente en materia de educación regulará mediante orden el currículo de cada una de ellas.

La presente orden determina, asimismo, el horario lectivo semanal de cada módulo profesional y la organización de éstos en los dos cursos escolares necesarios para completar el ciclo formativo. Por otra parte, se hace necesario tener en cuenta las medidas conducentes a flexibilizar la oferta de formación profesional para facilitar la formación a las personas cuyas condiciones personales, laborales o geográficas no les permiten la asistencia diaria a tiempo completo a un centro docente. Para ello, se establecen orientaciones que indican los itinerarios más adecuados en el caso de que se cursen ciclos formativos de formación profesional de forma parcial, así como directrices para la posible impartición de los mismos en modalidad a distancia.

El sistema educativo andaluz, guiado por la Constitución y el Estatuto de Autonomía para Andalucía se fundamenta en el principio de promoción de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en los ámbitos y prácticas del sistema educativo. En este sentido, la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, establece en su artículo 14, referido a la enseñanza no universitaria, que el principio de igualdad entre mujeres y hombres inspirará el sistema educativo andaluz y el conjunto de políticas que desarrolle la Administración educativa. Esta norma contempla la integración transversal del principio de igualdad de género en la educación.

Asimismo, cabe mencionar que esta orden se ajusta a los principios de buena regulación en el ejercicio de la potestad reglamentaria recogidos en el artículo 139 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, erigiéndose en el instrumento más adecuado para el cumplimiento de sus fines y asegurándose su plena adaptación al ordenamiento jurídico. Los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, en tanto que la misma persigue el interés general al facilitar la adecuación de la oferta formativa a las demandas de los sectores productivos, ampliar la oferta de formación profesional, avanzar en la integración de la formación profesional en el conjunto del sistema educativo y reforzar la cooperación entre las Administraciones educativas, así como con los agentes sociales y las empresas privadas; no existiendo ninguna alternativa regulatoria menos restrictiva de derechos, resulta coherente con el ordenamiento jurídico y permite una gestión más eficiente de los recursos públicos.

La presente orden se ha elaborado atendiendo a los principios de buena regulación contenidos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en el artículo 7 del Decreto 622/2019, de 27 de diciembre, de administración electrónica, simplificación de procedimientos y racionalización organizativa de la Junta de Andalucía, se atienden los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, en tanto que persigue un interés general al facilitar la adecuación de la oferta formativa a las demandas de los sectores productivos, ampliar la oferta de formación profesional, avanzar en la integración de la formación profesional en el conjunto del sistema educativo y reforzar la cooperación entre las Administraciones educativas, así como con los agentes sociales y las empresas privadas; no existiendo ninguna alternativa regulatoria menos restrictiva de derechos, resultando coherente con el ordenamiento jurídico y permitiendo una gestión más eficiente de los recursos públicos, sin que la carga administrativa derivada de la norma sea innecesaria o accesorio, quedando justificados los objetivos que persiguen. Además, en el procedimiento de elaboración de esta orden se ha permitido y facilitado la participación y las aportaciones de las personas potenciales destinatarias a través de los procedimientos de audiencia e información pública regulados en el artículo 133 de la citada Ley 39/2015, de 1 de octubre.

En el proceso de desarrollo de este currículo se ha contado con la colaboración de profesorado de las especialidades con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo correspondiente al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios de los centros docentes de Andalucía. Del mismo modo, durante el procedimiento de tramitación de esta norma se ha permitido la participación activa de los potenciales destinatarios y quedan justificados los objetivos que persigue la misma, habiéndose cumplimentado los trámites de audiencia e información pública, de conformidad con lo establecido en el artículo 45.1.c) de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

De otra parte, debido a la próxima finalización del plazo establecido en la Ley 40/2015, de Régimen Jurídico del Sector Público, para la adaptación de todos los convenios vigentes suscritos por cualquier Administración Pública o cualquiera de sus organismos o entidades vinculados o dependientes a lo previsto en esta norma para ellos, ampliado en el Decreto-ley 24/2020, de 22 de septiembre, por el que con carácter extraordinario y urgente, se adoptan medidas en materia de empleo y servicios sociales, como consecuencia de la situación generada por el coronavirus (COVID-19), se ha visto la conveniencia de introducir en el texto una disposición final por la que se habilita a la persona titular de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional, para modificar mediante resolución los anexos correspondientes de la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que contienen el modelo de acuerdo de colaboración formativa entre los centros docentes y los centros de trabajo para la realización del módulo de Formación en Centros de Trabajo a los que se refiere el Capítulo IV de la citada orden, al objeto de que dichos anexos puedan ser adaptados a lo establecido en la Ley 40/2015 dentro del plazo fijado para ello.

En su virtud, a propuesta de la Directora General de Formación Profesional, y de acuerdo con las facultades que me confiere el artículo 44.2 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre,

DISPONGO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

La presente orden tiene por objeto desarrollar el currículo de las enseñanzas conducentes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, a partir del currículo básico establecido en el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, por el que se establece el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo.

Artículo 2. Organización de las enseñanzas.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios conforman un ciclo formativo de grado medio y, de conformidad con lo previsto en el artículo 12.1 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional Inicial que forman parte del sistema educativo, están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales.

Artículo 3. Objetivos generales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, por el que se establece el título de Técnico en Comercialización de Productos

Alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo, los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo son:

a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.

b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.

c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.

d) Analizar las herramientas de potenciación de las ventas en el comercio alimentario, físico y online, para el desarrollo de estrategias de marketing.

e) Determinar actividades de promoción de productos alimentarios, para establecer estrategias de fidelización de clientes.

f) Analizar las estrategias de distribución de alimentos y elementos atractivos y publicitarios en comercios alimentarios para organizar y dinamizar el punto de venta.

g) Crear espacios atractivos determinando la ubicación de lineales y expositores necesarios en las actividades de promoción para supervisar el montaje en los puntos de venta.

h) Coordinar y seleccionar proveedores de alimentos, negociando las ofertas y condiciones de abastecimiento.

i) Organizar el suministro, almacenamiento y conservación de productos alimentarios, a fin de gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online.

j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.

k) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de despiece y corte de carnes, pescados y frutas en función del destino culinario.

l) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de elaboración de derivados cárnicos en función de su uso culinario.

m) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de marinado y adobo de pescados a fin de supervisar la elaboración de derivados de pescados.

n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.

ñ) Gestionar la venta online de productos alimentarios, atendiendo telemáticamente a los clientes, manteniendo la página web y supervisando la distribución de los productos.

o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

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.

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.

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.

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.

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.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».

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.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

Artículo 4. Componentes del currículo.

1. De conformidad con el artículo 10 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios son:

a) Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.

1609. Atención comercial en negocios alimentarios.

1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.

1612. Logística de productos alimentarios.

b) Otros módulos profesionales:

1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.

1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.

1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.

1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.

1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.

1615. Gestión de un comercio alimentario.

0156. Inglés.

1616. Formación y orientación laboral.

1617. Formación en centros de trabajo.

2. El currículo de los módulos profesionales estará constituido por los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos, duración en horas y orientaciones pedagógicas, tal como figuran en el Anexo I.

Artículo 5. Desarrollo curricular.

Los centros docentes, en virtud de su autonomía pedagógica, de organización y de gestión económica, concretarán y desarrollarán el currículo del Título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios mediante las programaciones didácticas, en el marco del Proyecto Educativo de Centro y en función de las características de su entorno productivo.

Artículo 6. Horas de libre configuración.

1. El artículo 15 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, determina que todos los ciclos formativos de formación profesional inicial incluirán en su currículo un número determinado de horas de libre configuración, de acuerdo con lo que establezcan las normas que desarrollen el currículo de las enseñanzas conducentes a la obtención

de cada título. En su virtud, el currículo de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios incluye tres horas de libre configuración por el centro docente.

2. El objeto de estas horas de libre configuración será determinado por los Departamentos de las familias profesionales de Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo, que podrá dedicarlas a actividades dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del Título o a implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación o a los idiomas.

3. Los Departamentos de las familias profesionales de Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo deberán elaborar una programación didáctica en el marco del Proyecto Educativo de Centro, en la que se justificará y determinará el uso y organización de las horas de libre configuración.

4. A los efectos de que estas horas cumplan eficazmente su objetivo, se deberán tener en cuenta las condiciones y necesidades del alumnado. Estas condiciones se deberán evaluar con carácter previo a la programación de dichas horas, y se establecerán con carácter anual.

5. Las horas de libre configuración se podrán organizar de la forma siguiente:

a) Las horas de libre configuración dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del título, serán impartidas por profesorado con atribución docente en algunos de los módulos profesionales asociados a unidades de competencia de segundo curso, quedando adscritas al módulo profesional que se decida a efectos de matriculación y evaluación.

b) Las horas de libre configuración que deban implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación, serán impartidas por profesorado de alguna de las especialidades con atribución docente en ciclos formativos de formación profesional relacionados con estas tecnologías, y en su defecto, se llevará a cabo por profesorado del departamento de familia profesional con atribución docente en segundo curso del ciclo formativo objeto de la presente orden, con conocimiento en tecnologías de la información y la comunicación. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales asociado a unidades de competencia del segundo curso a efectos de matriculación y evaluación.

c) Si el ciclo formativo tiene la consideración de bilingüe o si las horas de libre configuración deben de implementar la formación en idioma, serán impartidas por docentes del departamento de familia profesional con competencia bilingüe o, en su caso, por docentes del departamento didáctico del idioma correspondiente. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales de segundo curso asociados a unidades de competencia a efectos de matriculación y evaluación.

Artículo 7. Módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

1. El módulo profesional de Formación en centros de trabajo, con carácter general, se cursará una vez superados el resto de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo.

2. Sin perjuicio de lo anterior, excepcionalmente, se podrá realizar el módulo de formación en centros de trabajo en otra temporalidad de segundo curso, previa solicitud de autorización, siempre y cuando se hayan superado positivamente todos los módulos profesionales del primer curso. En cualquier caso, la evaluación del módulo profesional de formación en centros de trabajo quedará condicionada a la evaluación positiva del resto de los módulos profesionales del ciclo formativo.

Artículo 8. Duración.

1. Las enseñanzas del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios cuando se oferten de oferta completa, se organizarán en dos cursos escolares, con la distribución horaria semanal de cada módulo profesional que figura como Anexo II.

2. La duración total de las enseñanzas correspondientes a este ciclo formativo, incluido el módulo profesional de Formación en centros de trabajo, es de 2.000 horas.

Artículo 9. Oferta parcial.

1. En caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios se cursen de forma parcial, deberá tenerse en cuenta el carácter de determinados módulos a la hora de elegir un itinerario formativo, de acuerdo con la siguiente clasificación:

a) Módulos profesionales que contienen la formación básica e imprescindible respecto de otros del mismo ciclo, de manera que deben cursarse de forma secuenciada.

b) Módulos profesionales que contienen formación complementaria entre sí, siendo aconsejable no cursarlos de forma aislada.

c) Módulos profesionales que contienen formación transversal, aplicable en un determinado número de módulos del mismo ciclo.

2. Los módulos que corresponden a cada una de estas clases figuran en el Anexo III.

Artículo 10. Espacios y equipamientos.

De conformidad con lo previsto en el artículo 11.6 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo IV.

Artículo 11. Profesorado.

1. Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales que constituyen los módulos profesionales relacionados en el artículo 4, así como las titulaciones equivalentes a efectos de docencia son las establecidas en el Anexo III.A) y III.B) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril por el que se establece el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo.

2. El profesorado especialista tendrá atribución docente los módulos profesionales especificados en el Anexo III.A) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

3. El profesorado especialista deberá cumplir los requisitos generales exigidos para el ingreso en la función pública docente establecidos en el artículo 12 del Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada ley.

4. Además, con el fin de garantizar que responde a las necesidades de los procesos involucrados en el módulo profesional, es necesario que el profesorado especialista acredite al inicio de cada nombramiento una experiencia profesional reconocida en el campo laboral correspondiente, debidamente actualizada, con al menos dos años de ejercicio profesional en los cuatro años inmediatamente anteriores al nombramiento.

5. Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios, para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa, son las recogidas en el Anexo III.C) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales expresados en resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos, y, si dichos objetivos no estuvieran incluidos, además de la titulación deberá acreditarse mediante «certificación», una experiencia laboral de, al menos, tres años, en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

6. Con objeto de garantizar el cumplimiento del artículo 12.6 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, para la impartición de los módulos profesionales que lo conforman, se

deberá acreditar que se cumple con todos los requisitos establecidos en el citado artículo, aportando la siguiente documentación:

a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el Anexo III.C) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril. Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir se considerará que engloba en sí misma los resultados de aprendizaje de dicho módulo profesional. En caso contrario, además de la titulación se aportarán los documentos indicados en la letra b) o c).

b) En el caso de que se desee justificar que las enseñanzas conducentes a la titulación aportada engloban los objetivos de los módulos profesionales que se pretende impartir:

1.º Certificación académica personal de los estudios realizados, original o fotocopia compulsada, expedida por un centro oficial, en la que consten las enseñanzas cursadas detallando las asignaturas.

2.º Programas de los estudios aportados y cursados por la persona interesada, original o fotocopia compulsada de los mismos, sellados por la propia Universidad o Centro docente oficial o autorizado correspondiente.

c) Al objeto de justificar mediante la experiencia laboral que, al menos, durante tres años, ha desarrollado su actividad en el sector vinculado a la familia profesional, su duración se acreditará mediante el documento oficial justificativo correspondiente al que se le añadirá uno de los siguientes:

1.º Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por la persona interesada o contrato de trabajo. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.

2.º En el caso de personas trabajadoras por cuenta propia, declaración de la persona interesada de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

7. Las Administraciones competentes velarán para que los profesores y las profesoras que impartan los módulos profesionales cumplan con los requisitos especificados y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

Artículo 12. Oferta de estas enseñanzas a distancia.

1. De conformidad con lo establecido en la disposición adicional segunda del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, los módulos profesionales susceptibles de ser ofertados en la modalidad a distancia son los señalados en el Anexo V.

2. Los módulos profesionales ofertados a distancia, que por sus características requieran que se establezcan actividades de enseñanza y aprendizaje presenciales que faciliten al alumnado la consecución de todos los objetivos expresados como resultados de aprendizaje, son los señalados en el Anexo V.

3. Los centros autorizados para impartir estas enseñanzas de formación profesional a distancia contarán con materiales curriculares y medios técnicos adecuados que se adaptarán a lo dispuesto en la disposición adicional cuarta de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

Disposición final primera. Habilitación a la persona titular de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional.

Se habilita a la persona titular de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional para modificar mediante resolución los anexos correspondientes de la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que contienen el modelo de acuerdo de colaboración formativa entre los centros docentes y los centros de trabajo para la realización del módulo de Formación en Centros de Trabajo a los que se refiere el Capítulo IV de la citada orden.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 15 de marzo de 2021

FRANCISCO JAVIER IMBRODA ORTIZ
Consejero de Educación y Deporte

00189187

ANEXO I
MÓDULOS PROFESIONALES

Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios.

Código: 1606.

Duración del módulo: 96 horas.

Módulo asociado a las unidades de competencia:

Actividades de gestión del pequeño comercio COM631_2.

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria, valorando la información del entorno de actuación de la misma, los requerimientos establecidos e incorporando valores éticos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria:
<p>a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.</p> <p>b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.</p> <p>d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.</p> <p>f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.</p> <p>g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.</p>	<p>— Emprendimiento; factores claves, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo en comercio alimentario. Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.</p> <p>— El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.</p> <p>— Otras formas de emprender: las asociaciones y las cooperativas.</p> <p>— Empresa de comercialización alimentaria; elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.</p> <p>— Idea de negocio del comercio alimentario. Comercios alimentarios: tipos, características y funciones. Valoración del entorno. Modelos consolidados y novedosos.</p> <p>— Análisis DAFO de la idea de negocio.</p> <p>— Plan de empresa. Objetivos del plan y fases para su elaboración. Estrategia empresarial.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> — Evaluación del entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta. — Análisis de las empresas del comercio alimentario. Cultura empresarial. Objetivos empresariales. Valores éticos y sociales. Imagen e identidad corporativa.
--	---

RA 2: Elabora planes de inversión en el comercio alimentario, determinando necesidades y coste de los recursos humanos y materiales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Elaboración de planes de inversión en el comercio alimentario:
<p>a) Se ha decidido la posible ubicación física o virtual de la idea de comercio alimentario valorando la información del entorno obtenida sobre locales disponibles y sus precios.</p> <p>b) Se ha valorado la posible ubicación virtual del comercio alimentario en función de segmentos de población, nichos de oportunidad y especialización de la idea.</p> <p>c) Se han valorado las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros) para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.</p> <p>d) Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.</p> <p>e) Se ha elaborado el plan de sostenibilidad del comercio alimentario en función de la previsión del gasto energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y el mantenimiento, entre otros.</p> <p>f) Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.</p> <p>g) Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Valoración de ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios. <ul style="list-style-type: none"> – Análisis del mercado y del entorno comercial. Localización, proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes. Comercios competidores. — Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. <ul style="list-style-type: none"> – Estudio de la ubicación. Ley de gravitación comercial o modelo de Reilly, entre otros. — Valoración de ubicación virtual del comercio alimentario. Segmentos de población, nichos de oportunidad. — Valoración de costes y necesidades de equipamiento. Objetivos a corto y medio plazo. Equipamiento (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros). Determinación y costes. Alquiler y compra. — Estimación de costes de adquisición de equipamiento. Compra o alquiler. — Elaboración de planes de sostenibilidad. Gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y el mantenimiento Plan de sostenibilidad, Gastos. Previsiones. Tipos de

<p>empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.</p> <p>h) Se ha elaborado un plan de inversión con las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio alimentario y su coste.</p>	<p>gastos: energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y mantenimiento, entre otros.</p> <p>— Valoración de las posibilidades costes de innovación y calidad del negocio alimentario. Tendencias innovadoras en el comercio alimentario.</p> <p>— Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo.</p> <p>— Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales.</p>
--	---

<p>RA 3: Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Realización de planes financieros de comercio alimentario:</p>
<p>a) Se han determinado las posibilidades de fuentes de financiación externa para comercios alimentarios, estimando costes e ingresos en función de la idea del negocio.</p> <p>b) Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.</p> <p>c) Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.</p> <p>d) Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.</p> <p>e) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.</p> <p>f) Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.</p> <p>g) Se ha valorado la negociación del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.</p>	<p>— Estructura financiera del comercio alimentario. Las fuentes de financiación. Clasificación.</p> <p>— Determinación de fuentes de financiación externas. Costes e ingresos.</p> <p>– Financiación a corto plazo; Créditos comerciales, pólizas de créditos, negociación de efectos, factoring, entre otros.</p> <p>– Financiación a largo plazo; préstamos, leasing, renting, entre otros.</p> <p>— Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.</p> <p>— Valoración de la financiación bancaria. Métodos de amortización. Tipos y plazos de devoluciones. Costes y costes de demora. Utilización de hojas de cálculo.</p> <p>— Subvenciones y ayudas para la constitución y puesta en funcionamiento de comercios alimentarios.</p> <p>— Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación. Ayudas a la contratación según tipo</p>

<p>h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.</p>	<p>de trabajadores y puestos de trabajo; contratos bonificados. Públicas y privadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Valoración de créditos comerciales y aplazamiento de pago. — Negociación del pago de impuestos. Tipo de impuestos: locales y estatales. Previsión de liquidez para el pago. — Elaboración de planes económico-financieros, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional. Rentabilidad de la inversión.
--	---

<p>RA 4: Realiza la viabilidad económica y social de la idea de una pequeña empresa de comercio alimentario analizando características de planes económico-financieros, y valorando ventajas y fortalezas de la propuesta de negocio.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Realización de la viabilidad económica y social de una pequeña empresa de comercio alimentario:</p>
<p>a) Se han calculado ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, utilizando los datos de Cuentas Anuales de un comercio alimentario, como Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una pequeña empresa, entre otros.</p> <p>b) Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.</p> <p>c) Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.</p> <p>d) Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.</p> <p>e) Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.</p> <p>f) Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Análisis de viabilidad económica. Cálculo e interpretación de ratios económicos y financieros. <ul style="list-style-type: none"> – Ratios económicos. Ratios de rentabilidad; rentabilidad de las ventas y rotación de ventas. – Ratios financieros. Solvencia, endeudamiento y liquidez. – Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Modelos normalizados para PYMES. — Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario. <ul style="list-style-type: none"> – Buenas prácticas éticas, sociales y medioambientales. — Análisis de la sostenibilidad de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> – Economía del bien común. – Responsabilidad social corporativa. — Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios.

<p>g) Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Gestión interna del comercio alimentario. — Fidelidad y permanencia de los empleados en el puesto de trabajo. — Rentabilidad económica de la permanencia en el puesto de trabajo. Perfil profesional y nivel técnico.
--	---

RA 5: Realiza la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario, cumplimentando y gestionando los trámites, la documentación y la presentación de documentos establecidos en la legislación vigente del entorno.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario:</p>
<p>a) Se ha establecido la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios acorde con la idea de negocio definida y sus obligaciones formales y fiscales.</p> <p>b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.</p> <p>c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.</p> <p>d) Se han realizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario en función de la idea de negocio, física y online.</p> <p>e) Se han gestionado presencial o telemáticamente las solicitudes relativas a licencia o comunicación de actividad o de apertura, licencia de obras, aplicación de medidas higiénicas, plan contra incendios y legislación medioambiental, entre otros.</p> <p>f) Se han calculado los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha de un comercio alimentario efectuando los pagos al ayuntamiento relativos a tasas (por prestación de servicios urbanísticos, por utilización privativa, aprovechamiento del dominio público...) según las características del negocio alimentario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Tipos de empresas y organizaciones. — Formas jurídicas de un comercio alimentario; tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal. — Responsabilidad empresarial. — Responsabilidad social corporativa, responsabilidad con el medio ambiente y balance social. — Gestión de trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. Gestión presencial y telemática. Ventanilla única. — Gestión de ayudas y subvenciones. — Cálculo de gastos de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. Gastos municipales. Otros. — Formalización de la documentación de inicio de la actividad comercial.

g) Se ha formalizado la documentación asociada a la constitución e inicio de actividad secuenciando los trámites en los plazos establecidos por la administración.	
--	--

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la creación y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación y la elaboración de planes básicos de viabilidad económica y social.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la creación y puesta en marcha de un comercio alimentario:

- Diseño y planificación de una pequeña empresa de alimentación en un entorno determinado.
- Constitución de un negocio alimentario, puesta en marcha y gestión de trámites.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.
- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.
- c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.
- d) Analizar las herramientas de potenciación de las ventas en el comercio alimentario, físico y online, para el desarrollo de estrategias de marketing.
- g) Crear espacios atractivos determinando la ubicación de lineales y expositores necesarios en las actividades de promoción para supervisar el montaje en los puntos de venta.
- h) Coordinar y seleccionar proveedores de alimentos, negociando las ofertas y condiciones de abastecimiento.
- i) Organizar el suministro, almacenamiento y conservación de productos alimentarios, a fin de gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online.
- n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.

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.

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.

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.

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.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».

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.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

a) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.

b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.

c) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.

e) Supervisar el montaje y exposición de elementos atractivos y publicitarios, y de alimentos perecederos y no perecederos, en los puntos de venta, para incentivar las compras.

i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.

j) Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital.

k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.

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 todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Ofimática aplicada al comercio alimentario, Comercio electrónico en negocios alimentarios y Gestión de un comercio alimentario de este ciclo formativo.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación:

- Creación de tiendas de productos alimentarios basadas en la Disposición adicional novena. Miniempresa o empresa de estudiantes, correspondiente a la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
- Realización de proyectos individuales, o en pequeño grupo, de planes de empresa a partir de ideas de negocios alimentarios innovadores y creativos, contextualizadas en entornos reales y que potencien la toma de decisiones y la resolución de incidencias.
- Valoración económica y social de los proyectos de ideas de empresa alimentaria trabajadas a lo largo del módulo, realizada de forma individual o en pequeño grupo y potenciando la toma de decisiones.

Módulo Profesional: Mercadotecnia del comercio alimentario.

Código: 1607.

Duración del módulo: 128 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Elabora un plan de marketing alimentario concretando las acciones relativas a la idea de negocio, analizando la información sobre producto, precio, distribución y comunicación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:
<p>a) Se han realizado las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing digital y su integración en el plan de marketing global.</p> <p>b) Se han establecido los principales productos asociados a la idea de negocio, valorando sus características y estacionalidad.</p> <p>c) Se ha analizado el potencial de ventas del producto ofertado y de los precios de la competencia del entorno.</p> <p>d) Se ha obtenido información sobre comercios al por menor entorno, como horarios, ofertas y promociones, y otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros, utilizando técnicas de observación directa y compra.</p> <p>e) Se han analizado datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.</p> <p>f) Se ha obtenido información sobre condiciones de venta de empresas proveedoras, relacionadas con la idea de negocio.</p> <p>g) Se han seleccionado las empresas proveedoras y canales de distribución a emplear, valorando la información recopilada.</p> <p>h) Se han determinado el precio provisional para cada producto, valorando los datos recopilados de la idea de negocio y los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario.</p> <p>i) Se han establecido o determinado las formas en que deben actuar los comerciales, la inversión en publicidad, y la prospección de distribuidores que satisfagan las necesidades detectadas.</p> <p>j) Se han comparado estrategias de comunicación, con vistas a seleccionar la más adecuada, valorando las que se utilizan</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Marketing; Concepto, funciones y tipos. — Plan de marketing; elaboración y estructura. <ul style="list-style-type: none"> – La planificación de marketing; finalidad y objetivos, características y utilidades del plan de marketing, plan de marketing on line. Niveles de la planificación. – Estructura del plan de marketing. Fases en su elaboración; estudio de mercado, el marketing mix; política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación en la comercialización alimentaria. — Definición de idea de negocio. — Análisis DAFO de ideas de negocio alimentario. — Productos alimentarios asociados a la idea de negocio: características y estacionalidad. Potencial de ventas. — Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones de pago, estrategias de marketing, servicios al público y requerimientos exigidos para su funcionamiento. Horarios, ofertas y promociones, otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros. — Estudio de mercado. Análisis del entorno. Público objetivo y competidores. Poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo — El estudio del comportamiento del consumidor. <ul style="list-style-type: none"> – Necesidades y deseos. Motivos de compra.

<p>en el microentorno comercial donde desarrollará la idea negocio prevista.</p> <p>k) Se ha elaborado un plan de marketing mix con las acciones relativas a precio, producto, distribución y comunicación, en función de la información recopilada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Determinantes internos del comportamiento de compra. – Determinantes externos del comportamiento de compra. — Proceso de decisión de compra del consumidor. — Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección de proveedores. — Canales de distribución: Tipos y características. — Cálculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta. <ul style="list-style-type: none"> – Factores internos. – Factores externos. — Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad. — Elaboración de planes de marketing mix. Acciones; precio, producto, distribución y comunicación.
--	---

<p>RA 2: Programa acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios, caracterizando el uso de diferentes técnicas que incentivan la compra y captan o fidelizan clientela.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios:</p>
<p>a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.</p> <p>b) Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.</p> <p>c) Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.</p> <p>d) Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.</p> <p>e) Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor</p>	<ul style="list-style-type: none"> — La comunicación como instrumento de marketing. — Plan de comunicación en los negocios alimentarios. <ul style="list-style-type: none"> – Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales. — Proceso de comunicación comercial. Elementos básicos. — Las herramientas de comunicación comercial. Mix de comunicación de un comercio alimentario. Finalidad.

<p>y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.</p> <p>f) Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.</p> <p>g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Publicidad, Promoción de ventas, Relaciones públicas, Venta personal, Marketing directo, entre otros. — Determinación de acciones de mix de comunicación un comercio alimentario. Finalidad. — La Publicidad. Concepto, alcance y objetivos. Regulación legal. — Determinación de necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas. — Promoción de ventas. Concepto y objetivos. — Técnicas de promoción en comercios alimentarios. — Programación de la acción publicitaria en comercialización alimentaria. Tipo de negocio, estacionalidad, entorno. — La venta personal. Concepto y funciones. La fuerza de ventas. — Marketing directo; Concepto, objetivos e instrumentos en comercialización alimentaria. — Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado. — Control de la eficacia del mix de comunicación. Indicadores.
---	---

<p>RA 3: Determina precios de venta de productos alimentarios, aplicando métodos de fijación de precios y de estimación de costes.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.</p> <p>b) Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.</p> <p>c) Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.</p>	<p>Determinación de precios de venta de productos alimentarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> — El precio como instrumento de marketing. — Factores que condicionan el precio. <ul style="list-style-type: none"> — Factores internos. — Factores externos. — Componentes del precio.

00189187

<p>d) Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.</p> <p>e) Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.</p> <p>f) Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.</p> <p>g) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Métodos de fijación de precios. Criterios, a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado. — Cálculo de costes de comercialización alimentaria. <ul style="list-style-type: none"> – Costes directos e indirectos. – Costes fijos y variables. – Costes según la función. — Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario. — Determinación de pruebas de rendimiento de productos alimentarios. — Precio de venta al público. Cálculo del escandallo. Cálculo de fijación de precios. Margen comercial. Componentes y Cálculo. Punto muerto. Tendencia del mercado. Fluctuaciones del mercado. — Formas y medios de pago. Descuentos según tipos de productos. Elaboración de planes de pagos.
---	--

RA 4: Establece las formas y canales de distribución del comercio alimentario, valorando el tipo y modelo de empresa intermediarias y las prestaciones que presentan.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha planificado la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.</p> <p>b) Se han seleccionado los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.</p> <p>c) Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.</p>	<p>Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> — La distribución comercial como instrumento de marketing. Concepto y funciones. — Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario; venta tradicional, online y autoservicio. — Canales de distribución. Concepto, estructura y funciones. — Selección de canales de distribución de productos alimentarios.

<p>d) Se han valorado distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, a fin de su adopción para el negocio, analizando los niveles del canal, el número y el tipo de empresas intermediarias, así como la posibilidad de distribución online.</p> <p>e) Se ha calculado el coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.</p> <p>f) Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.</p> <p>g) Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Formas de intermediación comercial. Agente comercial, representante, comisionista... <ul style="list-style-type: none"> – Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución. El mercado, la empresa, el producto, la competencia, entre otros. — La franquicia. — Estrategias de distribución. <ul style="list-style-type: none"> – Relación del fabricante con la red de ventas. Distribución propia o por cuenta ajena. – Estrategias de cobertura de mercado. Distribución intensiva, exclusiva o selectiva. – Estrategias push and pull y otras. — La distribución física y la logística. — Cálculo del coste de distribución según el tipo de producto alimentario. Transporte. Almacenamiento. Seguros, comisiones y márgenes comerciales. — Cumplimentación de contratos de intermediación comercial. — Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción del cliente.
--	---

RA 5: Valora acciones de marketing, analizando indicadores de venta y utilizando instrumentos de evaluación comercial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria:
<p>a) Se han determinado los criterios económicos y estratégicos que permiten valorar si las acciones de comunicación de empresa, logran el objetivo relacionado con la venta.</p> <p>b) Se han establecido los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.</p> <p>c) Se han calculado ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>d) Se han efectuado mediciones de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Criterios de valoración de las acciones promocionales. Análisis de resultados. Objetivos obtenidos y previstos. Indicadores. — Aplicación de medidas correctoras. — Índices y ratios económico financieros. <ul style="list-style-type: none"> – Ratios de ventas – Ratios de visitas – Ratios de pedidos, entre otros. — Valoración de la eficacia de una acción de comunicación. Indicadores.

<p>lineal y a la gestión de productos en el mismo, aplicando herramientas electrónicas e informáticas.</p> <p>e) Se ha valorado la satisfacción del cliente y el procedimiento de gestión de incidencias en relación con la imagen de la empresa que se desea transmitir.</p> <p>f) Se ha valorado el grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados.</p> <p>g) Se ha valorado el plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente.</p> <p>h) Se han propuesto nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a la valoración de los resultados obtenidos.</p>	<p>— Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing. Cuota de mercado, posición relativa de la empresa, grado de penetración en el mercado, comisiones medias sobre ventas, ratios de gastos, entre otros.</p> <p>— Aplicaciones informáticas específicas.</p> <p>— Valoración de la productividad del lineal. Índices; margen o beneficio bruto, margen sobre ventas, coeficiente de rotación, productividad del lineal, rentabilidad del lineal, entre otros.</p> <p>— Valoración de la imagen de empresa.</p> <p>– Satisfacción del cliente. Tasa de satisfacción, evaluación de quejas, entre otros.</p> <p>— Valoración de acciones promocionales. Fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.</p>
---	---

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la elaboración, desarrollo y valoración del plan de marketing, y a la planificación de acciones de comunicación.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Mercadotecnia del comercio alimentario:

- Análisis de mercado, competencia y cliente.
- Estrategias de marketing mix (producto, precio, distribución y promoción)
- Acciones de comunicación.
- Estrategias de actuación con proveedores y cliente.
- Resultados de las estrategias de marketing.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.
- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.

- c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.
- d) Analizar las herramientas de potenciación de las ventas en el comercio alimentario, físico y online, para el desarrollo de estrategias de marketing.
- e) Determinar actividades de promoción de productos alimentarios, para establecer estrategias de fidelización de clientes.
- f) Analizar las estrategias de distribución de alimentos y elementos atractivos y publicitarios en comercios alimentarios para organizar y dinamizar el punto de venta.
- g) Crear espacios atractivos determinando la ubicación de lineales y expositores necesarios en las actividades de promoción para supervisar el montaje en los puntos de venta.
- h) Coordinar y seleccionar proveedores de alimentos, negociando las ofertas y condiciones de abastecimiento.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.
- b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.
- c) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.

- d) Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.
- i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- j) Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben estudiarse a fin de incorporarlos a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Constitución de pequeños negocios alimentarios y Comercio electrónico en negocios alimentarios de este ciclo formativo.

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

- Elaboración del plan de marketing de un comercio alimentario.
- Planificación y desarrollo de estrategias de marketing en comercios alimentarios físicos y online.
- Desarrollo y seguimiento de políticas y acciones encaminadas a la imagen corporativa.
- Elaboración de actuaciones de captación y fidelización de clientes
- Programación de acciones de comunicación en comercios alimentarios.
- Cálculo de costes y precios de venta de productos alimentarios.

- Elaboración de materiales, cuestionarios e instrumentos de medición de un análisis de mercado.
- Aplicación de métodos de evaluación de las actuaciones de marketing realizadas en pequeños comercios alimentarios.

Módulo Profesional: Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.

Código: 1608

Duración del módulo: 128 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA1: Organiza la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta, valorando los condicionantes para su localización e influencia sobre la venta de productos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Organización de la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta:
<p>a) Se ha definido la ubicación de mostradores, expositores y lineales, en función de los condicionantes requeridos, de la distancia de las cámaras o almacenes y de la legislación.</p> <p>b) Se han determinado las condiciones que se deben considerar en la distribución de superficies comerciales para respetar la normativa asociada a eliminación de barreras físicas, evacuación y salidas de emergencia.</p> <p>c) Se ha relacionado la ubicación de productos alimentarios en comercios, con sus características, las pautas de seguridad alimentaria y normas de prevención de riesgos.</p> <p>d) Se ha establecido la distribución de los elementos externos e internos de información y publicidad en los espacios interiores y de los productos alimentarios en el espacio de venta.</p> <p>e) Se ha definido la ubicación de los equipamientos en el establecimiento facilitando los desplazamientos de personas, carretillas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.</p> <p>f) Se ha supervisado el estado y distribución de las cestas y carros para mantener en todo momento el suministro y limpieza.</p> <p>g) Se ha supervisado el estado de limpieza del establecimiento, potenciando el atractivo y teniendo en</p>	<p>— Normativa y trámites administrativos en la implantación del mobiliario, cámaras frigoríficas, y almacenaje de productos alimentarios, entre otros.</p> <p>— Organización del punto de venta. Estructura interior. Elementos básicos. Distribución de la superficie. Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Implantación de las secciones. Criterios. Condiciones establecidas para la ubicación. Normativa vigente.</p> <p>— Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta. El merchandising.</p> <p>— Comportamiento del cliente en el punto de venta. Tipos de clientes.</p> <p>— Normativa de prevención de riesgos laborales. Normativa técnica, sanitaria. Seguridad e higiene.</p> <p>— Publicidad en el punto de venta. Funciones y objetivos.</p>

<p>cuenta la prevención de riesgos e higiene de trabajadores y clientes, y la normativa de seguridad alimentaria en el acondicionamiento del punto de venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Publicidad específica de los productos alimentarios. Publicidad de distribuidores y fabricantes. — Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta. Elementos internos y externos. Mensaje publicitario. Imagen corporativa. — Normativa de publicidad. — Ubicación de equipamientos en el comercio alimentario. Desplazamiento. Carretillas, cestas y carros. — Supervisión del estado y mantenimiento de cestas y carros. Normas de seguridad alimentaria y de prevención de riesgos en la distribución de la superficie de la tienda.
--	--

RA 2: Supervisa la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta, aplicando criterios comerciales según lugar óptimo de situación de mercancías, su rotación y cartelería.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Supervisión de la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta:</p>
<p>a) Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de venta, según la distribución de los productos.</p> <p>b) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.</p> <p>c) Se ha controlado la accesibilidad a los productos en los lineales, manteniendo su identificación de cara al cliente y permitiendo la visión de la marca y etiquetado.</p> <p>d) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que animen a la venta de productos no perecederos, facilitando el control de la reposición y calidad de los productos.</p> <p>e) Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Criterios comerciales de diseño y decoración de puntos de venta. Distribución de productos. — El surtido en el punto de venta. Las magnitudes del surtido. Agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales. Las marcas del distribuidor. Normativa aplicable al surtido. — Control de accesibilidad a los productos no perecederos del lineal. <ul style="list-style-type: none"> – Tipos de referencia para el surtido del punto de venta. Criterios cualitativos aplicados a la gestión del surtido. Número máximo y número mínimo de referencias. — Identificación y visibilidad de marca y etiquetado. — Supervisión de la colocación de elementos visuales en lineales y puntos de venta.

<p>f) Se ha controlado la temperatura ambiente, atendiendo la conservación de los productos y el confort de los clientes.</p> <p>g) Se ha programado la reposición de productos no perecederos, en lineales, góndolas y expositores, atendiendo al índice de rotación, caducidad y al cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria.</p> <p>h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.</p>	<p>Operatividad. Formas y estrategias de la implantación de los productos en el lineal.</p> <p>— Cartelería; informativa, de ofertas y promociones. La animación en las zonas frías y calientes del establecimiento.</p> <p>— Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de los clientes.</p> <p>— Programación de reposición de productos no perecederos. Estacionalidad y caducidad. Rotación de productos. Lineales, góndolas y expositores. Los planogramas</p> <p>— Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación. Control de calidad y rendimiento de ventas.</p>
---	---

<p>RA 3: Supervisa la exposición de alimentos perecederos en mostradores y vitrinas, analizando los aspectos del entorno que potencian las características del producto y animan a la venta, y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene correspondiente en función de su estacionalidad y caducidad.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha supervisado la colocación de productos frescos, en mostradores, teniendo en consideración el sistema de rotación y reposición aplicando la normativa higiénico-sanitaria.</p> <p>b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despiezado y procedencia según criterios de calidad.</p> <p>c) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.</p> <p>d) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.</p> <p>e) Se ha supervisado el estado de limpieza y el tratamiento de armarios y cámaras frigoríficas, asegurando el estado de conservación de los productos y el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria aplicable.</p>	<p>Supervisión de la exposición de productos frescos en mostradores y vitrinas:</p> <p>— Productos frescos y su colocación expositores y mostradores. Rotación y reposición. Normativa higiénico-sanitaria.</p> <p>— Productos frescos cárnicos. Criterios de colocación; Despiezado, procedencia y categoría, entre otros.</p> <p>— Productos perecederos. Localización y adquisición. Agrupación en mostradores y armarios. Familias de productos. Elementos de animación; móviles y visuales.</p> <p>— Supervisión de limpieza y tratamiento de armarios y cámara frigoríficos. Normativa vigente.</p> <p>— Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto. Control de temperatura.</p> <p>— Supervisión del aspecto visual y organoléptico de los productos frescos. Tratamientos de los productos en los mostradores; agua rociada, hielo y otros.</p>

<p>f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos.</p> <p>g) Se han supervisado los tratamientos (agua rociada y hielo, entre otros) que garanticen el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión del hielo.</p> <p>h) Se ha organizado el transporte de los suministros a expositores y mostradores desde cámaras y almacén a fin del suministro rápido de los productos.</p>	<p>— Transporte de suministros a expositores. Tipos.</p>
--	--

RA 4: Determina acciones promocionales que rentabilicen los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y la captación y fidelización de clientes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:</p>
<p>a) Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementen la atención y captación del cliente.</p> <p>b) Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.</p> <p>c) Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los diferentes objetivos comerciales.</p> <p>d) Se han presentado vales descuento y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses del cliente, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.</p> <p>e) Se han presentado al cliente catas de alimentarios con el fin de dar a conocer nuevos productos o marcas.</p> <p>f) Se han programado la difusión de música ambiental y de ofertas de productos por la megafonía del espacio comercial, atendiendo a horarios y afluencia de público.</p> <p>g) Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.</p>	<p>— Técnicas de incentivación de ventas. Acciones promocionales; Necesidades comerciales y presupuesto. Control de publicidad directa.</p> <p>— Valoración del resultado de las acciones promocionales. Objetivos comerciales. Instrumentos de control cualitativo y cuantitativo. Rentabilidad del punto de venta.</p> <p>— Presentación de ofertas de productos alimentarios. Vales descuento. Control de las acciones promocionales. Normativa de protección del consumidor.</p> <p>— Presentación de catas de nuevos productos y marcas.</p> <p>— Programación de la difusión de música ambiental. Ofertas de productos. Criterios de horario y afluencia.</p> <p>— Captación de clientes. Iluminación de sectores de productos.</p>

RA 5: Determina el montaje de elementos atractivos y publicitarios en vitrinas, expositores y zonas de venta de productos alimentarios, aplicando criterios estéticos y comerciales adecuados a cada tipo de producto.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Determinación del montaje de elementos atractivos y publicitarios en espacios de venta de productos alimentarios:
<p>a) Se han determinado los lugares idóneos para la ubicación de los elementos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.</p> <p>b) Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de videos clips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.</p> <p>c) Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética, en función del elemento decorativo o informativo a ubicar.</p> <p>d) Se han creado mensajes visuales a transmitir al cliente, consiguiendo la armonización entre forma, textura y color, mediante programas ofimáticos de tratamiento de textos e imágenes.</p> <p>e) Se ha supervisado el montaje de elementos decorativos garantizando que no entrañe riesgos para la seguridad de clientes y trabajadores, aplicando la legislación sobre prevención de riesgos laborales.</p> <p>f) Se ha supervisado la composición y montaje de productos alimentarios, elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores, aplicando criterios estéticos y comerciales.</p> <p>g) Se ha controlado la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en mostradores y expositores, diferenciándola de la iluminación ambiental de las zonas de tránsito.</p>	<p>— Agrupación de alimentos; sectores, zonas frías y calientes. Animación en las zonas frías y calientes del establecimiento. Elementos de decoración, publicitarios y cartelería.</p> <p>— Animación a la venta. Emisión de videos, clips publicitarios y demostrativos.</p> <p>— Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación. Señalética.</p> <p>— Creación de mensajes visuales. Técnicas de diseño de mensajes visuales: Programas ofimáticos.</p> <p>— Supervisión de montaje de elementos decorativos. Legislación sobre prevención de riesgos laborales. Seguridad de clientes y trabajadores.</p> <p>— Composición y montaje de elementos ornamentales y carteles en escaparates y expositores. Criterios estéticos y comerciales.</p> <p>— Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.</p>

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la organización de espacios comerciales, distribución de productos alimentarios en expositores y lineales, y animación del punto de venta.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación:

- Distribución física de espacios, mobiliario, productos alimentarios y elementos publicitarios en el establecimiento.
- Control de existencias en la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en el establecimiento.
- Programación y realización de acciones promocionales en el establecimiento.
- Montaje de elementos decorativos en los puntos de venta.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.
- e) Determinar actividades de promoción de productos alimentarios, para establecer estrategias de fidelización de clientes.
- f) Analizar las estrategias de distribución de alimentos y elementos atractivos y publicitarios en comercios alimentarios para organizar y dinamizar el punto de venta.
- g) Crear espacios atractivos determinando la ubicación de lineales y expositores necesarios en las actividades de promoción para supervisar el montaje en los puntos de venta.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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."
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- c) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.
- d) Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.
- e) Supervisar el montaje y exposición de elementos atractivos y publicitarios, y de alimentos perecederos y no perecederos, en los puntos de venta, para incentivar las compras.
- i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias

citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Mercadotecnia del comercio alimentario, Preparación y acondicionamiento de productos frescos y Ofimática aplicada al comercio alimentario de este ciclo formativo.

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

- Planificación de la distribución de productos alimentarios en espacios comerciales.
- Realización de exposiciones reales de productos alimentarios, tanto perecederos como no perecederos, en lineales, expositores, vitrinas y mostradores, según diferentes criterios comerciales (organolépticos, zonales, etc.) y la normativa de accesibilidad y de «diseño para todos».
- Programación de diferentes acciones promocionales para su desarrollo en el punto de venta (ofertas, degustaciones, etc.).
- Armonización de elementos decorativos y publicitarios con criterios estéticos y comerciales.

Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.

Código: 1609.

Duración del módulo: 96 horas.

Módulo asociado a las unidades de competencia:

Actividades de gestión del pequeño comercio COM631_2.

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

Actividades de venta COM085_2.

UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Determina las líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios analizando los objetivos empresariales fijados y la estrategia comercial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Determinación de líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios:

- a) Se ha organizado el departamento de ventas en un comercio alimentario en función de la imagen de marca, productos, el tipo de cliente y objetivos comerciales.
- b) Se ha determinado número y funciones del personal de atención comercial que se requiere según los objetivos del plan de ventas de una empresa.
- c) Se han determinado las funciones asociadas a la atención al cliente en comercios alimentarios y las responsabilidades.
- d) Se han establecido las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados.
- e) Se han determinado los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa.
- f) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles de productos alimentarios, adaptándolos al tipo y comportamiento de los clientes.
- g) Se han establecido los protocolos de atención al cliente ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- h) Se ha mejorado la atención comercial, estableciendo sistemas de retroalimentación.

- El departamento de atención al cliente del comercio.
 - Objetivo.
 - Funciones.
 - Estructura y organización.
- Factores que condicionan la organización del departamento de ventas del comercio alimentario.
 - Imagen de marca.
 - Producto.
 - Tipo de cliente.
 - Objetivos comerciales.
- Personal de venta. Determinación del tamaño del equipo; Funciones y responsabilidades.
 - Servicios pre-venta; demostraciones, prueba del producto.
 - Servicios de atención al cliente; Información, atención.
 - Servicio post-venta; asesoramiento, garantía, reclamaciones, quejas.
- Acciones de formación, motivación y promoción del personal del comercio alimentario. Objetivos.
 - Planificación de las ventas.
 - Objetivos.
 - Elaboración del plan de ventas y línea de actuación.
 - Presupuesto de venta.
- Plan de atención comercial. Fases del proceso de venta.
 - Prospección de clientes.
 - Preparación de la venta.
 - Argumentación, objeciones, servicio post-venta, seguimiento.
- Elaboración del argumentario de ventas. Puntos fuertes y débiles. Tipo y comportamiento del cliente.
 - Objetivos, contenidos y estructura del argumentario.

	<ul style="list-style-type: none"> – Tipos de argumento. Racionales y emocionales. – Elaboración del argumentario según tipología de productos, tipos de clientes. – Preparación del material de apoyo. — Protocolo de atención al cliente; Consultas, quejas y reclamaciones. Normativa de protección del consumidor. — Mejora de la atención comercial. Análisis y valoración. Retroalimentación.
--	--

<p>RA 2: Supervisa la transmisión de información comercial al cliente, estableciendo protocolos de atención comercial y valorando las funciones, técnicas y actitudes a desarrollar.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Supervisión de la transmisión de información comercial al cliente:</p>
<p>a) Se ha supervisado la realización de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias.</p> <p>b) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.</p> <p>c) Se han establecido protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.</p> <p>d) Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.</p> <p>e) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).</p> <p>f) Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Supervisión de protocolos de atención al cliente; comunicación en la empresa. Diferencia entre información y comunicación. <ul style="list-style-type: none"> – Proceso de comunicación – Tipo de comunicación. — Técnicas de comunicación en negocios alimentarios; verbales y no verbales. Características del cliente. Resolución de contingencias. — Supervisión de la atención telefónica. Protocolos, finalidad y técnicas de locución. <ul style="list-style-type: none"> – Barreras y dificultades en la transmisión de la información – Recepción y emisión de llamadas. – Normas para hablar correctamente por teléfono. — Protocolos de recepción de clientes. Técnicas de utilización e interpretación de la comunicación no verbal; expresiones, gestos, posturas, movimientos e imagen personal.

00189187

<p>g) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).</p> <p>h) Se ha valorado la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Fases de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida. — Asesoramiento a clientes de productos alimentarios: características, beneficios y precios, y de políticas de empresa; tiempos de entrega, formas de pago, descuentos. Transmisión de confianza. Compromisos (pedido, plazo de entrega, precio convenido). — Valoración de la apariencia de los empleados, lugar y productos ofertados. <ul style="list-style-type: none"> — Cualidades personales, actitudes, habilidades e imagen del vendedor. — Aspectos esenciales del comercio alimentario, limpieza, iluminación ambientación. — Valoración de la atención al cliente. Tiempo de dedicación y espera. — Calidad de servicio. <ul style="list-style-type: none"> — Concepto, factores que influyen. — Actuación eficaz en el trato con el cliente. — Los estándares de calidad del servicio. — Evaluación y control del servicio.
--	--

<p>RA 3: Atiende reclamaciones y sugerencias habituales en comercios alimentarios, aplicando los protocolos de actuación según la normativa vigente y las técnicas de negociación a utilizar para su resolución, y valorando el resultado del procedimiento.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>b) Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.</p> <p>c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias</p>	<p>Atención de reclamaciones y sugerencias del cliente en comercios alimentarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Derechos del consumidor. Normativa sobre reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> — Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras Leyes complementarias. — Protocolo de devoluciones, sugerencias, quejas y reclamaciones.

cursando estas hacia el departamento u organismo competente.

d) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos.

e) Se han atendido las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad, y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones.

f) Se han valorado las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta.

g) Se ha valorado las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.

– Fases del proceso. Recepción, petición de documentación, análisis, tramitación/validación, no tramitación, canalización, gestión/proceso y cierre.

– Procedimiento de recogida de reclamaciones. Forma.

– Proceso de tramitación. Plazos, inicio de acciones, mediación y arbitraje, el laudo.

— Cumplimentación de documentación y tramitación.

— Resolución de reclamaciones.

– Notificación de resolución de reclamaciones; Oral, escrita y telemática.

— Técnicas de negociación y comunicación en quejas y reclamaciones. Escucha activa, empatía y asertividad.

– Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. Escucha activa, empatía, asertividad, desdramatización, autocontrol.

— La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.

– Plan de negociación. Fases; Preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.

– Técnica de negociación en las reclamaciones. Técnicas competitivas y colaborativas.

— Las reclamaciones ante la administración. La denuncia. El silencio administrativo.

— Valoración de las consecuencias administrativas de la mala gestión de una reclamación.

— Valoración de sugerencias e incidencias de las quejas y reclamaciones. Retroalimentación.

– Tratamiento de las anomalías, subsanación de errores, negociación y compensación.

RA 4: Gestiona la relación comercial con los proveedores, determinando características, productos y servicios que suministran.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Gestión de la atención comercial con los proveedores:
<p>a) Se han buscado y seleccionado los proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.</p> <p>b) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa.</p> <p>c) Se ha establecido el seguimiento automático y la actualización de bases de datos de proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores.</p> <p>d) Se han establecido los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.</p> <p>e) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.</p> <p>f) Se han negociado ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad.</p> <p>g) Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — El aprovisionamiento. Función y Objetivos. — Determinación de necesidades de compra. Volumen de pedido, precio, capacidad, coste de almacenamiento, plazo de entrega. — Proceso de negociación con los proveedores. Etapas y preparación de la negociación. — Búsqueda y selección de proveedores. Criterios de selección. Factores comerciales; Proximidad, variedad, calidad de productos, precio y operatividad, entre otros. — Valoración de proveedores de productos alimentarios. — Establecimiento y actualización de bases de datos de proveedores de productos alimentarios. — Canales y procedimientos de comunicación con proveedores; ofimáticos y tradicionales. — Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras. — Gestión de pedidos de productos alimentarios con los proveedores. El contrato de suministros. Comunicación y documentación. — Gestión administrativa de pedido, órdenes de compra y pedido. — Negociación de ofertas de suministros. Técnicas de negociación y fases. — Gestión interdepartamental de los acuerdos obtenidos con los proveedores. Protocolos de comunicación interna. Flujos y tipos de comunicación interna.

RA 5: Valora la eficacia del servicio de atención comercial, utilizando instrumentos de evaluación y control e interpretando resultados obtenidos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Valoración de la eficacia del servicio de atención comercial:</p>
<p>a) Se han establecido los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.</p> <p>b) Se ha valorado los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.</p> <p>c) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.</p> <p>d) Se han evaluado los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.</p> <p>e) Se han valorado la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial.</p> <p>f) Se han valorado las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.</p> <p>g) Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.</p>	<p>— Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Objetivos y elementos.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Evaluaciones internas y externas. – Encuestas. <p>— Establecimiento de los estándares de calidad. Atención comercial en negocios alimentarios.</p> <p>— Técnicas de fidelización del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Estrategias de defensa. Mejora de calidad de productos alimentarios. – Estrategias ofensivas. <p>— Valoración del servicio. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia de la atención.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Modelo ACSI. – Consultas, cuestionarios de satisfacción, entre otros. <p>— Valoración de la satisfacción de los clientes. Servicios, productos ofertados y prestaciones.</p> <p>— Gestión de incidencias y reclamaciones. Clasificación y posibles tratamientos.</p> <p>— Valoración de la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones. Formas y plazos de resolución de quejas. Contraste de resultados.</p> <p>— Control de calidad del servicio de atención comercial. Métodos y herramientas.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sistema de medida y control de la calidad. Criterio, indicador y estándar de calidad. – Ciclo de Deming o modelo PDCA de mejora continua de la calidad.

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la organización del departamento de ventas, atención comercial a clientes y relaciones con proveedores.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Atención comercial en negocios alimentarios:

- Organización del departamento de ventas de pequeños comercios alimentarios.
- Realización de la atención comercial a cliente.
- Realización de la atención de quejas, reclamaciones y sugerencias del cliente.
- Realización de la atención comercial a proveedores.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.
- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.
- c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.
- h) Coordinar y seleccionar proveedores de alimentos, negociando las ofertas y condiciones de abastecimiento.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.
- b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.
- c) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.
- f) Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución.
- i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Comercio electrónico en negocios alimentarios y Preparación y acondicionamiento de productos frescos de este ciclo formativo.

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

- Desarrollo de las actividades de organización de un departamento de ventas que potencie el trabajo en equipo.
- Realización de acciones de asesoramiento y venta al cliente acerca de productos alimentarios demandados.
- Realizaciones de acciones de recepción, gestión y tramitación de quejas y sugerencias de clientes, devolución de productos.
- Planificación, gestión y seguimiento de la relación comercial con proveedores de productos alimentarios.
- Valoración y propuestas de mejora de las anteriores actuaciones.

Módulo Profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.

Código: 1610.

Duración del módulo: 128 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Elabora y realiza el seguimiento del plan de limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en el comercio alimentario, estableciendo las condiciones de salubridad e higiene necesarias adecuadas a la legislación vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Elaboración, realización y seguimiento de planes de limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en comercios alimentarios:

<p>a) Se ha establecido los requisitos higiénico-sanitarios que deben cumplir los equipos, utillaje e instalaciones de manipulación de alimentos.</p> <p>b) Se han determinado los procedimientos, el personal que debe ejecutar la tarea, los productos, los desinfectantes y equipos de limpieza y desinfección (L+D); así como sus condiciones de empleo.</p> <p>c) Se ha planificado los tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD).</p> <p>d) Se han organizado las frecuencias de limpieza establecidas por la normativa.</p> <p>e) Se ha supervisado y comprobado la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en el comercio alimentario.</p> <p>f) Se ha supervisado el registro de la información relevante e incidencias detectadas o subsanadas del plan de limpieza y de desinfección.</p> <p>g) Se ha verificado que las medidas correctivas propuestas subsanan las incidencias detectadas.</p> <p>h) Se han evaluado los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Concepto y niveles de limpieza. — Requisitos higiénico-sanitarios; equipos, utillaje e instalaciones en la manipulación de alimentos. — Organización de los equipos de limpieza y desinsectación; procedimientos, personal, productos, desinfectantes y equipos de limpieza y desinfección (L+D). Condiciones de empleo productos. — Planificación y tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD). — Frecuencia de limpiezas y normativa. — Supervisión y comprobación de la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de equipos e instalaciones. — Identificación de peligros sanitarios. Documentación. — Supervisión del registro de incidencias del plan de limpieza y desinfección. Tipos de planes. — Verificación de medidas correctivas propuestas. — Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD. Frecuencia y normativa. Recogida y retirada de residuos.
---	---

<p>RA 2: Establece los sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) y de la trazabilidad, delimitando las variables a controlar que garanticen la inocuidad de los alimentos.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Establecimiento de sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basado en el APPCC y control de la trazabilidad:</p>

<p>a) Se ha documentado y trazado el origen, las etapas del proceso y el destino del alimento.</p> <p>b) Se han realizado los controles que identifican los peligros potenciales (físicos, químicos y biológicos) y que pueden aparecer en cada etapa del proceso.</p> <p>c) Se han detectado los peligros que determinan los puntos críticos de control y el límite crítico.</p> <p>d) Se han establecido las medidas de control y las acciones correctivas que aseguren la seguridad del sistema.</p> <p>e) Se han aplicado las principales normas voluntarias implantadas en el sector alimentario (BRC, IFS, UNE -EN ISO 9001:2000, UNE -EN ISO 22000: 2005 y otras).</p> <p>f) Se han relacionado el contenido de las guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental con su uso en el comercio.</p> <p>g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario.</p>	<p>— Documentación y trazabilidad del alimento a comercializar. Origen, etapas y destino.</p> <p>— Controles de peligros potenciales, físicos, químicos y biológicos. Detección de peligros y medidas de prevención.</p> <p>— Puntos críticos de control. Límite crítico. Principios del sistema de autocontrol.</p> <p>— Establecimiento de medidas de control y acciones correctivas. Seguridad del sistema. Características, relación y procedimientos de aplicación.</p> <p>— Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario, BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000: 2005.</p> <p>— Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental. Uso en el comercio.</p> <p>— Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APCC de un comercio alimentario.</p>
---	--

RA 3: Establece y supervisa procedimientos de manipulación de alimentos, teniendo en cuenta protocolos establecidos relativos a actuaciones ante alertas alimentarias, contaminaciones, recogida de muestras y equipos de protección individual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Establecimiento y supervisión de las condiciones higiénico-sanitarias en la manipulación de alimentos y de los peligros asociados a los malos hábitos higiénicos:
<p>a) Se han establecido los procedimientos de manipulación de alimentos en las actividades que se realizan en el establecimiento comercial aplicando las normas higiénico-sanitarias en condiciones que garanticen su salubridad.</p> <p>b) Se han establecido las medidas preventivas que garanticen la inocuidad de los alimentos a través de controles higiénico-sanitarios.</p> <p>c) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de</p>	<p>— Aplicación de normativa higiénico-sanitaria, procedimientos en la manipulación de alimentos.</p> <p>— Establecimiento de medidas preventivas. Controles higiénico-sanitarios. Análisis.</p> <p>— Protocolos de actuación frente a alertas sanitarias.</p> <p>— Medidas preventivas de higiene personal y vestuario en la manipulación de alimentos.</p>

<p>alimentos y en su caso modificados las conductas inadecuadas.</p> <p>d) Se han supervisado los procedimientos de actuación frente a alertas alimentarias actuando según la reglamentación establecida y siguiendo el protocolo definido en el establecimiento comercial.</p> <p>e) Se han supervisado los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario identificando el punto crítico o lote donde se produce la alteración.</p> <p>f) Se han valorado las aportaciones del personal del establecimiento comercial, aplicando las propuestas de mejora relativas a las condiciones higiénico-sanitarias.</p> <p>g) Se ha establecido el protocolo de recogida de muestras testigo que incluya el método de identificación y características de la muestra, recipientes adecuados y tiempo de conservación en cámaras frigoríficas.</p>	<p>— Protocolo de actuación frente a contaminaciones cruzadas. Riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario. Identificación del punto crítico o lote origen de la alteración.</p> <p>— Condiciones higiénico-sanitarias. Propuestas de mejora y aportaciones del personal.</p> <p>— Protocolo de recogida de muestras testigo. Método, identificación, características de la muestra. Recipientes. Tiempo de conservación de la muestra.</p>
---	---

<p>RA 4: Gestiona el tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva reconociendo sus implicaciones a nivel sanitario y ambiental.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha establecido el plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial, atendiendo a su clase, clasificación y transporte entre otros.</p> <p>b) Se ha garantizado que el tratamiento de los subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) cumple los requisitos normativos en todas las fases de manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.</p> <p>c) Se han clasificado en contenedores los distintos tipos de residuos generados diferenciándolos según su origen, tipo, estado y necesidad de reciclaje, depuración o tratamiento.</p> <p>d) Se ha controlado la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.</p>	<p>Gestión del tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva:</p> <p>— Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte.</p> <p>— Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos, manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.</p> <p>— Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento. Contenedores de SANDACH.</p> <p>— __Controlar la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.</p>

00189187

<p>e) Se ha supervisado la recogida de los productos caducados, y los que no se usen finalmente para el consumo humano (congelados fuera de la cadena, pasados de fecha de consumo preferente, deteriorados, etc.) a fin de su tratamiento de gestión de residuos o SANDACH.</p> <p>f) Se ha supervisado la aplicación de las técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos.</p> <p>g) Se han controlado las no-conformidades y las acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.</p> <p>h) Se ha supervisado la señalización y maniobra de las zonas donde se ubican los contenedores, así como su diferenciación, según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.</p>	<p>— Supervisión de las técnicas de recogida de productos caducados. Tratamiento y gestión.</p> <p>— Técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos. Aplicación.</p> <p>— Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.</p> <p>— Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.</p>
---	--

RA 5: Establece los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuesto para la venta, garantizando sus condiciones organolépticas y sostenibles.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Establecimiento de los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuesto para la venta:</p>
<p>a) Se han planificado las acciones del proceso de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de que sean frescos o perecederos, sostenibles, ecológicos, entre otros, garantizando la mejor idoneidad para su consumo.</p> <p>b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas del y sección de venta pertinente.</p> <p>c) Se ha determinado el estado de los productos frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura, color, tamaño, aspecto visual y madurez, entre otros.</p> <p>d) Se ha determinado y comprobado el estado de los productos sostenibles, de comercio justo y de gourmet, garantizado que se mantienen sus condiciones organolépticas.</p> <p>e) Se ha valorado el estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades (diabetes, hipertensión e hipercolesterolemia, entre otros) alergias alimentarias e</p>	<p>— Planificación y verificación de las acciones de calidad según productos alimentarios: frescos, perecederos, sostenibles y ecológicos. Idoneidad para el consumo.</p> <p>— Acciones de no conformidad. Condiciones, ofertas y sección de ventas. Documentación asociada.</p> <p>— Determinación del estado de los productos frescos. Condiciones organolépticas.</p> <p>— Determinación del estado de los productos sostenibles: de comercio justo y de gourmet. Condiciones organolépticas.</p> <p>— Valoración del estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades, intolerancias y alergias alimentarias. Patologías: diabetes, hipertensión, hipercolesterolemia, entre otros. Intolerancias: Celiacos, a la lactosa y al</p>

<p>intolerancias (celiacas, a la lactosa y al huevo, entre otras), determinando que se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia la normativa vigente de salubridad.</p> <p>f) Se ha determinado el estado de los productos no perecederos atendiendo al estado del envasado, y fechas óptimas de consumo.</p> <p>g) Se ha determinado y comprobado el estado de las bebidas y licores, atendiendo a su color, aroma, cuerpo, aspecto visual, añada y temperatura, entre otros.</p> <p>h) Se ha evaluado el sistema de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de la satisfacción del cliente y los criterios comerciales.</p>	<p>huevo, entre otras). Fecha de caducidad y el tipo de envasado. Etiquetado de productos. Etiquetado de informe nutricional. Componentes: descriptores genéricos, propiedades saludables y alérgenos.</p> <p>— Determinación del estado de los productos no perecederos: envasado, y fechas óptimas de consumo. Concepto de fecha de caducidad y consumo preferente.</p> <p>— Determinación y comprobación del estado de bebidas y licores: color, textura, aspecto visual, añada, temperatura, entre otros. Control de calidad del producto.</p> <p>— Valoración de la calidad de los productos alimentarios. Satisfacción del cliente. Criterios comerciales.</p>
--	--

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la planificación, organización y control del plan de limpieza, los sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria y la manipulación de alimentos, y la supervisión del etiquetado.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Seguridad alimentaria en el comercio:

- Elaboración del plan de limpieza.
- Gestión de sistemas de autocontrol.
- Gestión del tratamiento de los residuos.
- Planificación de los sistemas de calidad de productos alimentarios para la venta.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- k) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de despiece y corte de carnes, pescados y frutas en función del destino culinario.

- l) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de elaboración de derivados cárnicos en función de su uso culinario.
- m) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de marinado y adobo de pescados a fin de supervisar la elaboración de derivados de pescados.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:
- b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.
- g) Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria.
- h) Supervisar la obtención de porciones de productos alimentarios frescos, y la elaboración de derivados de carnes y pescados, en función de la pieza, destino culinario y demanda del cliente, siguiendo las condiciones requeridas de calidad y seguridad alimentaria.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.

- 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 todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Preparación y acondicionamiento de productos frescos y Logística de productos alimentarios de este ciclo formativo.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación.

- Diseño de planes de limpieza para establecimiento alimentario.
- Elaboración de la documentación relativa a la tramitación de los APPCC.
- Diseño de actuaciones frente a alertas alimentarias, contaminaciones cruzadas, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario.
- Planificación del tratamiento de residuos alimentarios.
- Establecimiento de puntos críticos de control en la trazabilidad de productos alimentarios.
- Conservación, refrigeración y mantenimiento de la cadena de frío de alimentos en mostradores y cámaras frigoríficas.
- Análisis del etiquetado de productos alimentarios y su relación con las características del tipo de cliente (enfermedades alergias alimentarias e intolerancias).

Módulo Profesional: Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.

Código:1611.

Duración del módulo: 147 horas.

Módulo asociado a las unidades de competencia:

Cocina. HOT093_2.

UC0260_2: Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA1: Supervisa y realiza la obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos, aplicando la técnica de corte en función de la pieza y destino culinario, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos laborales.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Supervisión y obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos:
<p>a) Se ha comprobado el estado de los productos cárnicos, atendiendo a su aroma y color.</p> <p>b) Se ha supervisado y realizado el deshuesado y despiezado de canales de carne y otras piezas cárnicas, atendiendo a las técnicas apropiadas y cumpliendo la normativa higiénico-sanitaria y de prevención de riesgos laborales.</p> <p>c) Se han supervisado y elaborado derivados cárnicos frescos tales como carne picada, adobada, salchichas frescas, entre otros, en función del destino culinario y las características del tipo de animal.</p> <p>d) Se han relacionado los distintos tipos de corte de piezas y derivados cárnicos con su posterior uso o aplicación.</p> <p>e) Se han dispuesto las piezas de carne y derivados cárnicos en mostradores y expositores, garantizado su conservación, fresca y atractivo visual.</p> <p>f) Se ha supervisado y obtenido distintas porciones de carne, charcutería y productos cárnicos para el consumo, en función del producto y su destino final, ejecutando las técnicas de cortes requeridas.</p> <p>g) Se ha supervisado el envasado del producto y derivado cárnico en función de sus características y requerimientos del cliente.</p>	<p>— Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.</p> <p>— Reconocer y clasificar las carnes.</p> <p>— Herramientas, útiles y maquinaria de corte de piezas de carne y charcutería.</p> <p>— Técnicas de corte, deshuesado y despiezado (fileteado y troceado) de canales y piezas cárnicas.</p> <p>— Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos; carne picada, adobada y salchichas frescas.</p> <p>— Destino culinario y características del animal.</p> <p>— Categoría comercial de las distintas piezas.</p> <p>— Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario.</p> <p>— Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual.</p> <p>— Técnicas de corte en función de su destino final.</p> <p>— Obtención de distintas porciones de carne en función del producto final.</p>

<p>h) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de carnicería.</p> <p>i) Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios en las operaciones de preparación y acondicionamiento de carne y derivados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Supervisión del envasado y empaquetado del producto cárnico y sus derivados. Características y requerimientos del cliente. — Supervisión del orden y limpieza de las zonas de trabajo. — Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.
---	---

RA 2: Supervisa y realiza la obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos, aplicando la técnica de corte en función del tipo y preparación adecuada al destino culinario, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos laborales, higiénico-sanitaria y medioambiental.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Supervisión y obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos:
<p>a) Se ha comprobado el estado de los pescados frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura y color, entre otros.</p> <p>b) Se ha supervisado y realizado la limpieza, desescamado, pelado, fileteado y troceado del pescado, y en su caso, descabezado, eviscerado o desespinado, atendiendo a su especie y destino culinario.</p> <p>c) Se han supervisado y obtenido porciones de pescado requeridas en tamaño, forma y calidad para el consumo, ejecutando las técnicas de corte en función del tipo de pescado y destino culinario.</p> <p>d) Se han dispuesto los pescados y mariscos en mostradores y expositores, aplicando hielo y aspersores de agua, garantizado su conservación, fresca y atractivo visual.</p> <p>e) Se ha preparado el marisco según tamaño, forma y calidad, en función del tipo de marisco y destino culinario. f) Se ha supervisado el envasado del producto, en función de sus características y requerimientos del cliente.</p> <p>g) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de pescadería.</p> <p>h) Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en las operaciones de preparación y acondicionamiento del pescado y marisco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Comprobación del estado de pescados y mariscos. Características organolépticas, estacionalidad, tallas mínimas y estado de conservación. — Supervisión y limpieza de pescado: desescamado, pelado, fileteado, troceado descabezado, eviscerado y desespinado. — Herramientas de corte de pescados; tipos, características y uso. — Supervisión y obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos. Destino culinario y tipos de pescado. — Exposición en mostradores de pescados: conservación fresca y atractivo visual. — Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario. — Supervisión del envasado de pescados y mariscos. — Métodos de envasado según producto y destino final, entre otros. Limpieza y orden en las zonas de trabajo. — Orden y limpieza en las zonas de trabajo de pescadería.

	___ Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.
--	--

RA 3: Supervisa y elabora bandejas de frutas y verduras adecuándolas al consumo, según criterios de venta, aplicando la normativa sanitaria y de prevención de riesgos laborales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Supervisión y elaboración de bandejas de frutas y verduras:
<p>a) Se ha comprobado el estado de frutas y verduras atendiendo a criterios de tamaño, madurez y aspecto visual.</p> <p>b) Se ha supervisado la disposición de frutas y verduras en mostradores, expositores y bandejas, según su estacionalidad, calidad y calibre, entre otros.</p> <p>c) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de frutas y verduras.</p> <p>d) Se ha supervisado la presentación y el troceado frutas y verduras, en tamaño, forma y calidad, en función del tipo de producto y requerimientos del cliente.</p> <p>e) Se han supervisado la exposición de piezas de frutas y verduras de forma que garantice sus propiedades y conservación.</p> <p>f) Se han envasado las frutas y verduras, en función de sus características y requerimientos del cliente.</p> <p>g) Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación y acondicionamiento de frutas y verduras.</p>	<p>— Comprobación de frutas y verduras: tipos, características.</p> <p>— Supervisión de la exposición de frutas y verduras en mostradores expositores y bandejas. Estacionalidad, calidad y calibre. Propiedades y conservación.</p> <p>— Orden y limpieza en las zonas de trabajo.</p> <p>— Supervisión de la presentación y troceado de frutas y verduras. Elaboración de bandejas y envases.</p> <p>— Características y requerimientos del cliente.</p> <p>— Exposición de frutas y verduras, de forma que garantice sus propiedades y conservación.</p> <p>— Envasado de frutas y verduras.</p> <p>— Conservación post envasada de frutas y verduras.</p> <p>— Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias.</p>

RA 4: Supervisa la preparación y el asesoramiento de productos alimentarios, tales como vinos, quesos y productos gourmet, aplicando técnicas de corte pertinentes al producto, y valorando características y posibilidades de consumo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Preparación y asesoramiento de productos alimentarios:

<p>a) Se ha supervisado la presentación y exposición de vinos, vinagres, quesos y productos gourmet en función de las características del producto.</p> <p>b) Se ha supervisado el corte del jamón de calidad de forma manual aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>c) Se ha supervisado el corte o troceado del queso de calidad en función del tipo de queso y la técnica de corte apropiada a sus características.</p> <p>d) Se ha supervisado la preparación de tablas de quesos, jamón y embutidos, en función de sus denominaciones, tipo de leche, y degustación (aroma, sabor, picor, entre otros).</p> <p>e) Se ha asesorado sobre las características de vinos de calidad en función de su origen, añada, variedades de uva y maridaje, entre otros.</p> <p>f) Se ha asesorado sobre las características de quesos (fragilidad, densidad, dureza y cremosidad, entre otros), posibilidades de consumo y destino culinario.</p> <p>g) Se ha asesorado sobre otros productos gourmet (caviar, ahumados, ventresca, salazones, algas, caldos, fumet, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario</p>	<p>— Presentación y exposición de vinos, vinagres, quesos y productos gourmet. Características.</p> <p>— Técnicas de corte, manuales y mecánicas. Jamones de calidad. Clasificación de jamones. Denominaciones.</p> <p>— Técnicas de troceado y corte de quesos. Características. Clasificación de quesos y denominaciones.</p> <p>— Supervisión de la elaboración de tablas de quesos, jamones y embutidos. Denominaciones. Características, aroma, sabor y picor.</p> <p>— Asesoramiento sobre vinos, vinagres. Calidad, añada, variedades de uva y maridaje. Denominaciones.</p> <p>— Asesoramiento sobre quesos. Características, fragilidad, densidad, dureza y cremosidad. Destino culinario.</p> <p>— Asesoramiento sobre productos gourmet. Tipos caviar, algas, encurtidos, ahumados, ventresca y salazones. Origen y destino culinario.</p>
--	---

RA 5: Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Realiza el etiquetado de productos frescos:
<p>a) Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.</p> <p>b) Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.</p> <p>c) Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.</p> <p>d) Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.</p>	<p>— Normativa específica sobre el envasado de productos frescos.</p> <p>— Equipos, información obligatoria y complementaria en etiquetas.</p> <p>— Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios.</p> <p>— Trazabilidad y etiquetado.</p> <p>— Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.</p> <p>— Supervisión de la colocación del código de barras y etiquetas. Coincidencia con las</p>

<p>e) Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.</p> <p>f) Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.</p> <p>g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.</p> <p>h) Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los sistemas de protección pertinentes.</p>	<p>características, propiedades y localización del producto.</p> <p>— Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.</p>
--	---

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la supervisión, preparación, manipulación y venta de productos perecederos y no perecederos.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Preparación y acondicionamiento de productos frescos:

- Obtención de porciones y preparados de productos frescos.
- Elaboración derivados cárnicos.
- Elaboración bandejas de frutas y verduras.
- Asesoramiento en productos alimentarios.
- Etiquetado de productos alimentarios.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- e) Determinar actividades de promoción de productos alimentarios, para establecer estrategias de fidelización de clientes.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- k) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de despiece y corte de carnes, pescados y frutas en función del destino culinario.
- l) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de elaboración de derivados cárnicos en función de su uso culinario.
- m) Analizar y supervisar la aplicación de las técnicas de marinado y adobo de pescados a fin de supervisar la elaboración de derivados de pescados.

- n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- d) Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.
- g) Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria.
- h) Supervisar la obtención de porciones de productos alimentarios frescos, y la elaboración de derivados de carnes y pescados, en función de la pieza, destino culinario y demanda del cliente, siguiendo las condiciones requeridas de calidad y seguridad alimentaria.
- i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.

- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 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 todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Seguridad alimentaria en el comercio y Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación de este ciclo formativo.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación.

- Realización de tipos de cortes según uso culinario.
- Obtención de piezas y porciones cárnicas, su presentación y venta.
- Elaboración de derivados cárnicos y embutidos.
- Preparación de piezas de pescado y mariscos.
- Elaboración de bandejas de frutas y verduras.
- Disposición de etiquetas y código de barras en envases.

Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.

Código: 1612.

Duración del módulo: 168 horas.

Módulo asociado a las unidades de competencia:

Actividades de gestión del pequeño comercio COM631_2.

UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

UC1792_2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios.

Organización y gestión de almacenes. COM318_3.

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Establece las condiciones de recepción de alimentos de un establecimiento comercial, determinando los criterios de calidad e higiénico-sanitarios, los requerimientos de transporte y la documentación asociada.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario:
<p>a) Se ha establecido el procedimiento a utilizar en la revisión del pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.</p> <p>b) Se ha verificado la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos comprobando la documentación y etiquetado de los mismos.</p> <p>c) Se han comprobado el estado del embalaje y la temperatura de los productos en el transporte de mercancías, rechazando los productos con alteraciones por rotura de la cadena de frío.</p> <p>d) Se ha valorado la calidad de los productos alimentarios recepcionados comprobando las condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.</p> <p>e) Se han comprobado la caducidad de los productos alimentarios transportados por los medios de transporte externo utilizados.</p> <p>f) Se ha establecido el procedimiento a seguir en la gestión de devolución de mercancías a empresas proveedoras.</p> <p>g) Se ha supervisado el registrado informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.</p>	<p>— Procedimiento y trámites en los procesos de almacenaje. Organización del proceso de almacén. Necesidades de almacenaje y necesidades de capacidad.</p> <p>— Procedimiento de revisión de pedidos. Documento de acompañamiento de la mercancía. El albarán. Inspección de la mercancía. Hoja de recepción. Cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.</p> <p>— Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios. Aplicación y gestión de un proceso de trazabilidad.</p> <p>– Aspectos destacables. Normativa reguladora.</p> <p>– Procedimiento de trazabilidad. Fases y herramientas.</p> <p>— Comprobación de la documentación y etiquetado. Comprobación del estado del embalaje y temperatura de los productos transportados. Procedimientos y trámites en los procesos de almacenaje.</p> <p>— Valoración de calidad de los productos alimentarios recepcionados. Condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento. Normativa vigente</p>

	<ul style="list-style-type: none"> — Comprobación de la caducidad de los productos transportados. — Gestión de devoluciones de productos alimentarios a proveedores. Logística inversa — Supervisión del registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.
--	--

RA 2: Establece las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías en almacenes de comercios alimentarios, relacionándolas con su estacionalidad, calidad higiénico-sanitaria, y características de la mercancía.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias:
<p>a) Se ha establecido la zonificación de almacenes en función de las características de los alimentos, bien sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.</p> <p>b) Se ha establecido el protocolo de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas, equipamiento y utillajes, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p> <p>c) Se ha supervisado la utilización de la maquinaria de transporte interno utilizada en comercios alimentarios, relacionándolos con la mercancía a transportar y uso.</p> <p>d) Se han relacionado los criterios de conservación de productos alimentarios y su prioridad en el consumo, con su ubicación en almacenes de comercios alimentarios.</p> <p>e) Se han establecido los criterios de reubicación de productos para una adecuada organización del almacén relacionándolos con su reposición, con la incorporación de nuevos productos y posibles incidencias.</p> <p>f) Se han establecido las señalizaciones de un almacén atendiendo a su finalidad y seguridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — La actividad de almacenaje, distribución. Flujos de mercancías. Zonificación de almacenes. Características de los productos; conservación y refrigeración. Aplicación de la normativa vigente. — Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación, traslado de cargas y localización. Manipulación de las mercancías. Equipamiento y utillajes. — Supervisa maquinaria, equipos y útiles de almacén. Productos pesados. — Criterios de conservación. Métodos de reducción en los tiempos de localización y manipulación de la mercancía. Ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios. Sistemas de seguimiento de las mercancías. — Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad. Normativa de seguridad e higiene en almacenes. Instalaciones generales y específicas. Medidas de prevención de riesgos en el almacén.

<p>g) Se ha relacionado la influencia de temperatura, orden y limpieza de un almacén de comercios alimentarios, con los productos a almacenar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Condiciones de almacenamiento <ul style="list-style-type: none"> – Ubicación en función de conservación y consumo. – Condiciones de temperatura, orden y limpieza.
--	---

RA 3: Determina las condiciones que debe cumplir la expedición de productos alimentarios relacionando las técnicas de embalaje y empaquetado con los medios de transporte, los requerimientos del pedido y calidad del producto.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios:</p>
<p>a) Se han especificado el procedimiento de los envíos a domicilio, la venta online, u otras asociadas a la expedición de productos.</p> <p>b) Se ha supervisado la operación y maniobra de los equipos empleados para el embalaje y paletizado de productos alimenticios.</p> <p>c) Se han determinado las condiciones de embalaje de la mercancía distribuida a domicilio –local y nacional-, atendiendo a las técnicas y materiales de embalaje a utilizar, y su repercusión en la calidad y seguridad alimentaria.</p> <p>d) Se han determinado las características y requerimientos de la documentación asociada a la expedición de mercaderías.</p> <p>e) Se han establecido las condiciones que deben cumplir los medios de transporte propios para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de los productos a expedir.</p> <p>f) Se ha supervisado el seguimiento de la expedición de alimentos mediante el uso de aplicaciones online y telefónicas.</p> <p>g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución de un producto expedido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Alternativas en la atención de envíos; a domicilio y venta online. — Supervisión de equipos de embalaje y paletizado de productos alimentarios. Extracción y selección de mercancías. — Orden de picking. <ul style="list-style-type: none"> – Preparación del envío — Envases y embalajes. Funciones y características. Procedimientos de preparación de envasado y embalaje de mercancías distribuidas a domicilio. pedidos de productos alimentarios. Técnicas y materiales de envases y embalajes. Tipos de envases. Elección del envase y embalaje. Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria. Documentación asociada, órdenes de pedido. Legislación sobre envases y embalajes. — Organización del transporte. Medios de transporte y características. Normativa vigente con respecto al transporte de productos alimentarios — Supervisión de los medios de transporte utilizados y expedición de productos alimentarios.

<p>h) Se han cumplido las medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales en las actividades de embalaje y desembalaje de productos alimentarios.</p>	<p>— Procedimiento y documentación en devoluciones de productos. Logística Inversa.</p> <p>— Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales. Gestión de residuos de envases y embalajes. Punto verde.</p>
---	--

<p>RA 4: Gestiona un almacén de productos alimentarios, calculando las necesidades de suministros, previsión de ventas y atendiendo los requisitos de las secciones del comercio alimentario.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Gestión de almacén de productos alimentarios:</p>
<p>a) Se ha elaborado y actualizado el inventario de un almacén de comercio alimentario aplicando la normativa vigente, para saber las necesidades de gasto y de provisión</p> <p>b) Se han valorado las existencias del almacén según los métodos vigentes establecidos en la normativa.</p> <p>c) Se ha mantenido el registro del inventario del almacén utilizando aplicaciones informáticas específicas.</p> <p>d) Se han calculado diferentes tipos de stock, como de seguridad, pérdida desconocida y merma, entre otros, en función de la demanda, la rotación del producto, la estacionalidad y la capacidad del almacén.</p> <p>e) Se han valorado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de compras previstas y reales.</p> <p>f) Se han calculado la ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.</p> <p>g) Se han programado los suministros de los productos alimentarios atendiendo a los periodos de mayor y menor demanda comercial, la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial de la zona.</p>	<p>— El inventario, concepto y normativa. Elaboración y actualización de inventarios: valoración de existencias, criterios de valoración, y métodos de valoración; FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión.</p> <p>— Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas.</p> <p>— Los stocks o existencias. Gestión de existencias. Composición y tamaño. Rotación del stock.</p> <p>— Cálculo de stocks.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Seguridad, óptimo y mínimo. – Pérdidas; conocida y desconocida. – Merma; natural por deshidratación, física por deterioro y por caducidad, entre otros. <p>— Valoración de desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis.</p> <p>— Cálculo de la ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos.</p>

	— Programación de suministros. Estacionalidad, periodos de demanda y evolución de la actividad.
--	---

RA 5: Programa las actividades y tareas del personal de un almacén alimentario, valorando funciones y las necesidades formativas, y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos y de sostenibilidad medioambiental.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario:
<p>a) Se han establecido las tareas y funciones que realiza el personal en un almacén de productos alimentarios.</p> <p>b) Se han elaborado cronogramas de las operaciones habituales del almacén.</p> <p>c) Se han valorado las necesidades de formación del personal del almacén.</p> <p>d) Se han previsto medidas ante las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén de productos alimentarios.</p> <p>e) Se han establecido las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de mercancías dentro de un almacén de mercancías alimentarias.</p> <p>f) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimentarios.</p> <p>g) Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.</p>	<p>— Organización de tareas y funciones del personal de almacén. Normas de seguridad laboral. Factores de riesgo en el almacén.</p> <p>— Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén.</p> <p>— Valoración de necesidades de formación del personal de almacén. Normativa.</p> <p>— Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes. Medidas preventivas de seguridad. Señalización. Condiciones ambientales. Manipulación de mercancías. Riesgos durante el manejo de cargas. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén.</p> <p>— Gestión de residuos y SANDACH en almacén. Normativa de seguridad e higiene en el almacén.</p>

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la gestión en la recepción, almacenamiento y distribución de productos en comercios alimentarios.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la Logística de productos alimentarios:

- Recepción de productos alimentarios.
- Gestión y coordinación del almacén.
- Distribución de productos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- i) Organizar el suministro, almacenamiento y conservación de productos alimentarios, a fin de gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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."
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- f) Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución.
- g) Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Seguridad alimentaria en el comercio, Preparación y acondicionamiento de productos frescos, Comercio electrónico en negocios alimentarios y Gestión de un comercio alimentario de este ciclo formativo.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación:

- Recepción de productos alimentarios en la tienda física y online.
- Planificación de las condiciones de almacenamiento de mercancías.

- Elaboración de un plan de zonificación del almacén de productos alimentarios.
- Expedición de los productos alimentarios en la tienda física u online.
- Elaboración de programas de aprovisionamiento.
- Gestión de stock y rotación de productos alimentarios.
- Registro del inventario de almacén.
- Realización y revisión de pedidos, albaranes y otros documentos relacionados con los productos alimentarios.

Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.

Código: 1613.

Duración del módulo: 126 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Elabora planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios, aplicando las nuevas formas de relación con el público objetivo y las estrategias digitales existentes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios:
<p>a) Se ha aplicado al comercio electrónico la estructura y contenido de un plan de marketing, adaptándolo a la planificación y necesidades de la empresa.</p> <p>b) Se han establecido distintas estrategias de comercio electrónico, determinadas en el plan de marketing.</p> <p>c) Se han seleccionado los agentes que intervienen en los canales de distribución online, en función de sus características y operatividad.</p> <p>d) Se ha posicionado el comercio alimentario online en buscadores, servidores de aplicaciones de mapas o de geolocalización, y en buscadores de comparación de precios.</p> <p>e) Se han establecido dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, atendiendo a las sugerencias y consultas que mejoran la calidad de la empresa.</p> <p>f) Se han establecido objetivos e indicadores del rendimiento del tráfico de la página web, en función de la segmentación de mercado incluida en el plan de marketing.</p>	<p>— E-commerce. Definición. Modelos de negocio. Reglas de una tienda online.</p> <p>— Planes de marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico; análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control, seguimiento.</p> <p>— Selección de agentes. Canales de distribución online. Características y operatividad.</p> <p>— Estrategias de distribución.</p> <p>— Marketing en buscadores. SEM, SEO y campañas en páginas afines.</p> <p>— Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas o de geolocalización y comparadores de precios.</p> <p>— Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Sistemas CRM. Comunicación electrónica.</p>

<p>g) Se ha estimado el coste de acciones de marketing online según el presupuesto establecido de la empresa.</p>	<p>Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. <ul style="list-style-type: none"> – Zonas calientes de una tienda virtual. – Mapas de calor. — Segmentación del mercado. — Presupuesto y estimación de costes de una página web. Consideraciones previas. Temporalización.
---	--

RA 2: Constituye una tienda online de productos alimentario, aplicando plantillas informáticas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	<p>Constitución de una tienda online de productos alimentarios:</p>
<p>a) Se han definido la estructura básica del comercio alimentario online y sus elementos, relacionándolos con la actividad comercial a la que se destinan.</p> <p>b) Se ha integrado el comercio alimentario online en un comercio físico ya existente.</p> <p>c) Se ha inscrito la tienda online en el registro correspondiente y en su caso en el habilitado para la creación de empresas de estudiantes, a fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y abrir cuentas bancarias.</p> <p>d) Se ha creado una web de comercio alimentario, adaptándola al público al que va dirigido y a los sistemas de acceso virtual.</p> <p>e) Se han aplicado las características requeridas en los diseños responsables, amigables y usables de tiendas online, teniendo en cuenta la condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.</p> <p>f) Se han alojado los archivos componentes del sitio web en servidores propios o ajenos, según criterios de operatividad.</p> <p>g) Se ha seleccionado plataformas de código abierto, plantillas y diseños acordes con el negocio alimentario de la tienda online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen. <ul style="list-style-type: none"> – Escaparate Web. Catálogo electrónico. Catálogo de productos online. Presupuestos y pedido. — Integración en comercios online en comercios físicos. — Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro. Creación de empresas de estudiantes. <ul style="list-style-type: none"> – Transacciones económicas. – Emisión de facturas. – Apertura y mantenimiento de cuentas bancarias. — Constitución de una web de productos alimentarios. Creación de páginas web con los editores web más usuales. Características. Diseño; responsable, amigable y usable. Condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos. — Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos.

<p>h) Se han instalado dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales, entre otros, en función de la atención a preguntas frecuentes, problemas del cliente, instrucciones de uso en pagos, sugerencias y quejas.</p> <p>i) Se han definido las medidas requeridas para las transacciones seguras, aplicando la legislación vigente en materia de protección del consumidor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Elección del servidor para alojar páginas web. – Publicación de páginas web vía FTP. – Visibilidad en internet. <p>— Instalación de dispositivos de atención al cliente; comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat, foros y redes sociales. Mensajería instantánea multiplataforma.</p> <p>— Establecimiento de medidas de seguridad. Legislación. Protección del consumidor. Transacciones seguras.</p> <p>— Implantación de estrategias de seguridad informática. Robo de datos, suplantación de identidad y tecnologías antimalware.</p>
--	--

<p>RA 3: Gestiona la recepción de pedidos, su entrega y cobro, elaborando presupuestos, distribuyendo productos y realizando el seguimiento bancario.</p>	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han recepcionado los pedidos online atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.</p> <p>b) Se ha elaborado el presupuesto de pedidos de alimentos, atendiendo online la petición del cliente, el tipo de producto y el precio u oferta.</p> <p>c) Se ha comunicado el presupuesto y las condiciones de entrega del producto, verificando que cumple lo demandado por el cliente, y en su caso subsanado deficiencias.</p> <p>d) Se ha cobrado online el pedido de alimentos mediante el medio de pago indicado en la página web, empleando los canales que garanticen la seguridad de la operación.</p> <p>e) Se ha ordenado la distribución y seguimiento del envío y entrega del pedido al cliente en los plazos y lugar acordado, empleando los medios de distribución adecuados a la operación.</p> <p>f) Se ha diseñado una estrategia de reembolsos, atendiendo a devoluciones del cliente o errores en la entrega.</p>	<p>Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Recepción de pedidos; orden de llegada, tiempo de entrega, catálogo de producto y ofertas. Carrito de la compra. — Elaboración del presupuesto de pedidos. — Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega. — Cobro online. Canales de pago. Medios de pago electrónico. Tarjetas débito, crédito y monedero. Plataformas de pago. — Medidas de seguridad; seguridad en las transacciones. Cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. — Control logístico de las mercancías vendidas online. Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío. — Seguimiento del presupuesto, pedido, salida y recepción mercancías. Documentos que acompañan a la mercancía. Albarán. Tipos de albarán.

<p>g) Se ha efectuado el seguimiento bancario de la venta online, comprobando que los ingresos por las ventas y devoluciones de los pedidos enviados se han realizado, y en su caso subsanado deficiencias.</p> <p>h) Se ha comprobado que las ventas realizadas a través de intermediarios se han cobrado de acuerdo a las condiciones pactadas.</p>	<p>— Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega.</p> <p>— Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.</p>
---	--

RA 4: Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, actualizando la información de la página web y atendiendo al cliente de forma inmediata.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online:
<p>a) Se han actualizado los ficheros que componen las páginas web, valorando nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente, entre otros y utilizando programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</p> <p>b) Se han elaborado fichas de productos y catálogos electrónicos y posicionados en web de comparación de precios, facilitando su lectura y comprensión.</p> <p>c) Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</p> <p>d) Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.</p> <p>e) Se han mejorado los enlaces, estructura y búsquedas de la página web capaces de generar tráfico orientado a la oferta, facilitando la navegación por la tienda online.</p> <p>f) Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.</p> <p>g) Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.</p> <p>h) Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.</p>	<p>— Actualización de ficheros de la página web. Nuevos productos, tendencias de mercado, promociones y gustos del cliente.</p> <p>— Programas informáticos: de texto, imagen y sonido.</p> <p>— Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.</p> <p>— Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos.</p> <p>— Posicionamiento en la web.</p> <p>— La transmisión de archivos por internet.</p> <p>– Transferencia y gestión remota de Ficheros (FTP).</p> <p>– Transmisión de archivos mediante servidores de descarga directa.</p> <p>– Transmisión de archivos alojados en la nube.</p> <p>— Actualización y diseño de la página web. Mejora de enlaces. Eficiencia y rentabilidad comercial.</p> <p>— Escaparate Web. Catálogo.</p> <p>— Posicionamiento en buscadores. Elección de palabras clave o términos de búsqueda. Identificación de tendencias. Link Building, estrategia de links o enlace</p>

	<p>— Atención al cliente en tiempo real. Dispositivos electrónicos. Periodos de reflexión, devolución y cancelaciones.</p> <p>— Actualización de ficheros de clientes, productos y precios.</p> <p>— Retroalimentación y acciones de mantenimiento.</p>
--	---

RA 5: Valora el rendimiento del comercio electrónico alimentario, analizando los datos de tráfico, resultado del negocio y aplicando e instrumentos de evaluación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario:
<p>a) Se han aplicado las medidas de mejora del rendimiento de campañas publicitarias online, en función del aumento del tráfico de visitas al sitio web y el volumen de ventas del comercio electrónico.</p> <p>b) Se han valorado los indicadores de rendimiento del tráfico en el comercio electrónico y su impacto, utilizando herramientas de analíticas web, gratuitas y de pago.</p> <p>c) Se ha relacionado las ratios principales de análisis del retorno de inversiones en publicidad online con el resultado de las ventas del comercio electrónico alimentaria.</p> <p>d) Se ha valorado la satisfacción de las personas compradoras online, calculando la tasa de fidelización.</p> <p>e) Se ha evaluado la trazabilidad de la distribución de los productos al cliente, modificando la planificación de las rutas de reparto, el tiempo acordado, los recursos humanos, estado de entrega del producto, entre otros.</p> <p>f) Se han valorado los medios de pago utilizados, atendiendo a las características de la tienda online de alimentación y los gastos bancarios generados.</p> <p>g) Se ha valorado la rentabilidad económica de la tienda online, comparando el volumen de negocio generado con los gastos de distribución, personal y publicidad, entre otros.</p>	<p>— Medidas de mejora de campañas publicitarias online, volumen de visitas, análisis de los resultados de las visitas y tráfico de ventas.</p> <p>— Valoración del rendimiento de los indicadores del tráfico e impacto. Herramientas de análisis; gratuitas y de pago. Factores para determinar el ROI y KPI.</p> <p>— Relación y análisis de ratios; inversiones, entorno y resultado de venta. Flujos de caja en la tienda online.</p> <p>— Valoración de la satisfacción del cliente. Tasa de fidelización. Elementos de fidelización.</p> <p>— Evaluación de la trazabilidad de la distribución. Planificación y modificación de rutas de reparto: recursos humanos, tiempo acordado y estado de entrega del producto.</p> <p>— Evaluación de medios de pago online. Gastos bancarios. Pasarelas de pago en e-commerce. Mobile commerce. Fraudes Online</p> <p>— Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online; volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.</p>

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la realización de acciones para la venta online, atención al cliente, y distribución de los productos alimentarios, dentro del proceso de otros canales para la venta.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a emplear en el desarrollo de la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la comercialización online de productos alimentarios:

- Constitución y creación de la tienda online de productos alimentarios.
- Selección de los productos alimentarios, los proveedores y canales de distribución.
- Mantenimiento y actualización de las ofertas y promociones de página web.
- Atención online al cliente, quejas y reclamaciones.
- Distribución de los productos.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.
- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.
- c) Determinar la línea comercial del pequeño negocio alimentario analizando los productos a ofertar, precios de venta, y empresas proveedoras a fin de establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio.
- d) Analizar las herramientas de potenciación de las ventas en el comercio alimentario, físico y online, para el desarrollo de estrategias de marketing.
- e) Determinar actividades de promoción de productos alimentarios, para establecer estrategias de fidelización de clientes.
- h) Coordinar y seleccionar proveedores de alimentos, negociando las ofertas y condiciones de abastecimiento.
- j) Determinar protocolos de aplicación de las normas de calidad y seguridad alimentaria, protección del consumidor y de prevención de riesgos laborales y ambientales, para la manipulación de los productos alimentarios.
- n) Determinar líneas de actuación en el asesoramiento de productos alimentarios, y de atención al cliente, utilizando distintos canales de comunicación, presencial u online, para supervisar la atención comercial.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.

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.

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.

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.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

a) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.

b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.

c) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.

d) Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.

f) Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución.

i) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.

j) Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital.

k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.

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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Mercadotecnia del comercio alimentario, Atención comercial en negocios alimentarios, Logística de productos alimentarios, Constitución de pequeños negocios alimentarios, y Ofimática aplicada al comercio alimentario de este ciclo formativo.

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

- Creación de tiendas online de productos alimentarios (basadas en la Disposición adicional novena. Miniempresa o empresa de estudiantes, correspondiente a la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización)
- Mantenimiento web de una tienda online de productos alimentarios bajo la cobertura de la legislación arriba mencionada.
- Intermediación en la venta de productos alimentarios de forma online entre los suministradores del entorno y los clientes, o, en su caso, como sección de venta online en un establecimiento comercial.
- Asesoramiento del cliente por medios electrónicos.
- Realización de transacciones económicas y monetarias, emisión de facturas y apertura de cuentas bancarias a fin de que funcione realmente la miniempresa de estudiantes online.

Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.

Código: 1614.

Duración del módulo: 128 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Realiza materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes, utilizando aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y de presentaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.</p> <p>b) Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.</p> <p>c) Se ha realizado la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página.</p> <p>d) Se han tratado los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.</p> <p>e) Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.</p> <p>f) Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.</p> <p>g) Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.</p>	<p>Realización de materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Edición de textos comerciales alimentarios mediante aplicaciones informáticas. — Normas básicas para elaboración de textos publicitarios e informativos. Procesador de texto. — Herramientas básicas. <ul style="list-style-type: none"> – Fuente y formato párrafo. – Configuración de página. – Tabulaciones y viñetas, listas multinivel, hipervínculos, encabezados y pie de página. – Tablas. — Software libre. — Importación y exportación de datos sobre productos alimentarios. Conversión de datos entre aplicaciones informáticas. — Maquetación ofimática relativa al comercio alimentario. <ul style="list-style-type: none"> – Insertar ilustraciones, textos, imágenes, diseños. – Elaboración de índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. – Plantillas y formularios. – Macros, combinar documentos, – Estilos y tabla de contenidos. — Presentación de diapositivas comerciales alimentarias. Presentaciones multimedia publicitarias. <ul style="list-style-type: none"> – Diseño de diapositivas y presentaciones. – Transición de diapositivas y animación de objetos. – Estilo. Imágenes y sonidos libres de derechos.

	<ul style="list-style-type: none"> — Aplicaciones ofimáticas de presentaciones. — Elaboración de carteles y ofertas corporativas. Publicación vía impresión. Publicación y difusión online. Herramientas para crear contenidos interactivos. — Protección de materiales elaborados y protocolos de seguridad. Resolución de incidencias. Creative Commons (licencias).
--	---

RA 2: Confecciona folletos publicitarios para comercios alimentarios, utilizando plantillas de programas ofimáticos de edición y de diseño gráfico.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Confección de folletos publicitarios para comercios alimentarios:
<p>a) Se ha determinado la información que deben incluir los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño.</p> <p>b) Se ha adecuado la redacción de la información contenida en el material publicitario al mensaje a transmitir.</p> <p>c) Se ha editado la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.</p> <p>d) Se han distribuido los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición.</p> <p>e) Se han maquetado folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.</p> <p>f) Se han realizado folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático.</p> <p>g) Se han elaborado carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Composición de folletos y catálogos publicitarios del comercio alimentario. — Características de diseño de textos informativos y publicitarios. Redacción de materiales publicitarios; adecuación al mensaje a transmitir. — Composición de imágenes de folletos de negocios alimentarios; contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros. — Confección de materiales gráficos, técnicas de diseño gráfico. Herramientas de retoque. <ul style="list-style-type: none"> – Obtención de imágenes. Crear nueva imagen, utilizar existentes y conseguirlas con un escáner o cámara digital. Bibliotecas de imagen en internet. — Maquetado de folletos y catálogos publicitarios. Organización del mensaje, proporción, equilibrio y simetría. Plantillas ofimáticas. Importación de textos e imágenes para su maquetación. Elaboración de carteles y ofertas comerciales. Criterios comerciales y de

	composición. Distribución de la información textual y visual en un folleto.
--	---

RA 3: Elabora documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos utilizando funciones y herramientas de hojas de cálculo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Elaboración documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos:
<p>a) Se han realizado cálculos de ventas y compras utilizados en la gestión de un pequeño comercio alimentario aplicando las principales funciones de la hoja de cálculo y de representación de gráficos.</p> <p>b) Se ha elaborado documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.</p> <p>c) Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientes y proveedores, empleando representaciones gráficas y texto.</p> <p>d) Se ha automatizado la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo.</p> <p>e) Se ha realizado el formateo de celdas, filas, columnas y hojas en presentación de los documentos de hoja de cálculo permitiendo su agilización y presentación.</p> <p>f) Se han introducido textos, códigos e imágenes relativas a productos alimentarios, utilizando aplicaciones ofimáticas de hoja de cálculo.</p> <p>g) Se han valorado inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.</p> <p>h) Se han presentado documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.</p>	<p>— Cálculo de datos de ventas y compras.</p> <p>— Introducción a la hoja de cálculo.</p> <p>— Formatos de celdas, referencias a celdas.</p> <p>Manipulación de celdas de datos. Insertar, eliminar y nombrar, celdas filas y columnas.</p> <p>— Rango de datos, copiar, pegar, buscar y reemplazar datos. Validación de datos.</p> <p>— Fórmulas y funciones. Proteger hojas y elementos del libro.</p> <p>— Gráficos.</p> <p>— Elaboración de documentos; stocks, productos, clientes y proveedores. Valoración de stocks, productos, clientes y proveedores. Tablas y gráficos dinámicos de una hoja de cálculo.</p> <p>— Elaboración por hoja de cálculo de documentos de gestión del comercio alimentario; facturas, albaranes, cartas y emails. Rutinas. Automatización de confección de documentos de gestión. Macros en hojas de cálculo.</p> <p>— Formateo de celdas, filas, columnas y hojas de cálculo. Presentaciones de hoja de cálculo. Insertar textos, códigos e imágenes.</p> <p>— Valoración de costes financieros y de amortización de préstamos mediante hoja de cálculo. Formulas financieras. Representaciones gráficas a partir de cálculos numéricos.</p>

	— Presentación y diseño atractivo de documentos comerciales mediante hoja de cálculo. Plantillas. Publicación online.
--	---

RA 4: Mantiene y actualiza datos relacionados con la actividad comercial alimentaria, utilizando bases de datos ofimáticas y cumpliendo normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Mantenimiento y actualización de bases de datos relacionados con la actividad comercial alimentaria:
<p>a) Se han elaborado bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros.</p> <p>b) Se han extraído los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.</p> <p>c) Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticas, haciendo amigable y atractiva su presentación.</p> <p>d) Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.</p> <p>e) Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.</p> <p>f) Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.</p> <p>g) Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.</p>	<p>— Elaboración de bases de datos ofimáticas relacionales, de clientes, productos y proveedores, entre otros.</p> <p>— Gestor de base de datos. Registros y campos.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Crear y utilizar tablas en un gestor de base de datos. Propiedades de los campos. – Índice y relaciones entre las tablas. <p>— Listas de datos relacionales; introducción, ordenación y validación de datos en una lista. Filtros de datos.</p> <p>— Realización de consultas. Acceso a la información. Presentación online; amigable y atractiva. Accesibilidad.</p> <p>— Creación de formularios e informes.</p> <p>— Elaboración de documentos a partir de bases de datos relacionales; Informes extraídos de las tablas y de las consultas de datos de las tablas.</p> <p>— Creación, elaboración y actualización de registros de datos. Relaciones. Herramientas de gestión de las relaciones con el cliente a través de la nube (CRM).</p> <p>— Aplicación de la normativa legal en materia de protección de datos en bases de datos.</p>

RA 5: Organiza la información y la documentación asociada a la actividad comercial, aplicando técnicas de organización y archivo, tanto manual como informático; y cumpliendo las especificaciones de la normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Organización de la información y la documentación asociada a la actividad comercial:
<p>a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.</p> <p>b) Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.</p> <p>c) Se ha gestionado la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.</p> <p>d) Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.</p> <p>e) Se ha registrado y archivado la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.</p> <p>f) Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.</p> <p>g) Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.</p> <p>h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.</p>	<p>— Determinación del sistema de clasificación, registro y archivo del comercio alimentario; online o físico. Condiciones específicas.</p> <p>— Organización de la documentación digital en función del pedido y el cliente. Facilidad de acceso.</p> <p>— Ordenes de pedidos del cliente. Gestión y comprobación. Productos alimentarios. Clientes. Factura electrónica. Forma de pago. Banca online.</p> <p>— Gestión de libros de registro de entrada y salida en soporte informático: Documentos informáticos habituales, correspondencia y paquetería electrónica. Agenda y trazabilidad.</p> <p>— Organización, archivo, fácil acceso y niveles de protección. Certificado digital. Firma digital. Documentación fiscal y de tesorería. Aplicación de normativa de protección de datos y protección de documentos en el archivo.</p>

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la gestión informática de la documentación comercial y a la elaboración de materiales informativos y publicitarios de establecimiento alimentario.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a emplear en el desarrollo de la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden al tratamiento ofimático de la información y la documentación del comercio alimentario:

- Gestión de registros electrónicos de proveedores y de clientes mediante aplicaciones de hoja de cálculo y bases de datos.
- Realización de materiales comerciales informativos y publicitarios.
- Organización y gestión electrónica de la información y documentos de las actividades comerciales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- ñ) Gestionar la venta online de productos alimentarios, atendiendo telemáticamente a los clientes, manteniendo la página web y supervisando la distribución de los productos.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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."
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- j) Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.

- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Constitución de pequeños negocios alimentarios, Mercadotecnia del comercio alimentario, Atención comercial en negocios alimentarios, Seguridad alimentaria en el comercio, Logística de productos alimentarios, Gestión de un comercio alimentario y Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación de este ciclo formativo.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación:

- Elaboración de proyectos, en pequeños grupos, de folletos publicitarios e informativos para su difusión tanto online como impresos en pequeños comercios de alimentación.
- Elaboración de proyectos, en grupos pequeños, de realización de documentos de gestión de stocks de productos alimentarios, listados de proveedores y clientes, valoración de ingresos y costes, entre otros supuestos, para su utilización integrada en otros módulos profesionales del ciclo formativo.
- Mantenimiento de bases de datos de productos, proveedores y clientes para su utilización en otros módulos profesionales del ciclo formativo.
- Organización y archivo de la documentación por medio de aplicaciones informáticas.

Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.

Código: 1615.

Duración del módulo: 126 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Realiza actividades comerciales, económicas y monetarias, gestionando facturas y efectuando pagos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Realización de actividades comerciales, económicas y monetarias en un comercio alimentario:
<p>a) Se han efectuado transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias.</p> <p>b) Se han emitido y tramitado facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios, según legislación establecida y atendiendo a medidas de seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.</p> <p>c) Se han gestionado las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago.</p> <p>d) Se han pagado las facturas, atendiendo a las condiciones pactadas con los proveedores.</p> <p>e) Se han realizado devoluciones a clientes, contabilizando la operación.</p> <p>f) Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el tique y en las facturas emitidas originalmente configuradas en el terminal punto de venta.</p> <p>g) Se han supervisado la realización del cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.</p> <p>h) Se ha comprobado el arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.</p>	<p>— Gestión de cuentas bancarias: Ingresos y pagos. Transacciones monetarias: físicas y online.</p> <p>— Gestión de pago electrónico. Banca electrónica.</p> <p>— Emisión y tramitación de facturas de venta de productos alimentarios. Legislación. Medidas de seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.</p> <p>— Gestión de facturas de compras de productos alimentarios. Archivo. Asientos contables, tramitación y pagos.</p> <p>— Pago de facturas a proveedores. Condiciones pactadas.</p> <p>— Contabilidad de devoluciones efectuadas a clientes.</p> <p>— Aplicaciones de gestión de comercios alimentarios. Terminal punto de venta.</p> <p>— Modificaciones en el terminal del punto de venta: de precios, cualidades del producto, ticket y facturas.</p> <p>— Alta de proveedores, artículos y clientes, entre otros.</p> <p>— Gestión integrada del aprovisionamiento y de la venta.</p> <p>— Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Facturas rectificativas. – Abonos a clientes. – Tickets. Cabecera. Cuerpo. Pie. – Caja. Movimientos de caja.

	<ul style="list-style-type: none"> — Las promociones con el terminal punto de venta. — Supervisión del cobro de mercaderías en el terminal del punto de venta. — Comprobación del arqueo de caja y conciliación bancaria. Asientos de cierre. Datos de cobros y pagos.
--	---

RA 2: Gestiona los pedidos de productos alimentarios y su envío, supervisando las fases del proceso y su documentación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Gestión y envío de pedidos de productos alimentarios:
<p>a) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.</p> <p>b) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos.</p> <p>c) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la distribuido los pedidos, preparación y envío, en función de los clientes y acuerdos establecidos.</p> <p>d) Se han clasificado los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros.</p> <p>e) Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.</p> <p>f) Se ha supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente.</p> <p>g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por los clientes de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Determinación de necesidades de compra. Volumen de pedido, precio, plazo de entrega entre otros. — Gestión de pedidos a proveedores. Formalización de la comunicación y documentación. <ul style="list-style-type: none"> – El canal de distribución. Centrales de compras, mayoristas y abastecimiento al por mayor, Internet como canal de compra. – Selección de proveedores. – Aplicaciones ofimáticas. — Determinación de fases y procedimientos en la recepción de compras: Proveedores y acuerdos establecidos. <ul style="list-style-type: none"> – Contrato de suministros. – Pliego de condiciones de aprovisionamientos. – Órdenes de compra y pedido. – Recepción de pedidos, inspección de mercancías, incidencias, desembalaje de productos, normativa medioambiental en el desembalaje entre otros.

	<ul style="list-style-type: none"> — Determinación de fases y procedimientos en la distribución y envío de pedidos. Preparación y envío. Clientes y acuerdos establecidos. — Gestión de stock. — Valoración de existencias. — Clasificación de pedidos. Transporte de mercancías. Planificación: rutas, repartos, fechas de recepción, de entrega y tipo de alimentos. Criterios. — Registro informático de documentación de recepción de pedidos. — Supervisión de la documentación de pedidos. <ul style="list-style-type: none"> – Órdenes de compra y pedido. – Albarán. – Facturas. Facturación electrónica. – Documentación accesoria a la compraventa. Nota de gastos, de abono, carta de portes, entre otros. — Determinación del procedimiento de devoluciones. Documentación. Condiciones acordadas y responsabilidad de las partes.
--	--

RA 3: Supervisa la gestión de impuestos y obligaciones fiscales asociados a las operaciones de compraventa de comercios alimentarios aplicando la normativa fiscal vigente y los procedimientos de elaboración, presentación y conservación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Supervisión de la gestión de impuestos y obligaciones fiscales asociados a las operaciones de compraventa en comercios alimentarios:

a) Se ha cumplimentado los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma requeridos.

b) Se ha supervisado la cumplimentación de los modelos del Impuesto del Valor Añadido (IVA), para su tramitación a Hacienda, teniendo en cuenta el gravamen según el tipo de producto, calendario fiscal y modelo de empresa, entre otros.

c) Se han cumplimentado declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos.

d) Se han valorado las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario.

e) Se han realizado las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente.

f) Se ha supervisado los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica.

g) Se han realizado las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario.

— El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.

— Obligaciones fiscales del pequeño comercio alimentario. El calendario fiscal. Declaración censal, Impuesto sobre actividades económicas entre otros.

— Gestión de tributos online. Oficina virtual.

— Elaboración de libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario. Actualización de datos en tiempo y forma; normativa. Cuentas anuales

— Supervisión de la cumplimentación de los modelos de IVA. Tipos de gravamen; tipo de producto, calendario fiscal y modelo de empresa. Aplicación de la normativa.

— Los libros registro de IVA.

— Elaboración de declaraciones y liquidaciones del IVA; plazos establecidos.

— Regímenes especiales de tributación.

— Valoración de las particularidades del Recargo de Equivalencia del comercio alimentario.

— Elaboración y presentación de las obligaciones informativas a Hacienda. Calendario.

— Supervisión de la elaboración y presentación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación.

— El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.

— Obligaciones laborales asociada al comercio alimentario.

- Régimen de cotización a la Seguridad Social
- Altas y bajas de los trabajadores.
- El contrato de trabajo. Nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.

RA 4: Planifica la tesorería del comercio alimentario, identificando los parámetros que permiten realizar previsiones de tesorería, y realizando los cálculos oportunos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Planificación de la tesorería del comercio alimentario:
<p>a) Se ha planificado el calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario.</p> <p>b) Se han realizado las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.</p> <p>c) Se han calculado los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones.</p> <p>d) Se han calculado los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.</p> <p>e) Se han calculado los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.</p> <p>f) Se ha comprobado diariamente que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria.</p> <p>g) Se ha supervisado la organización de los documentos físicos y digitales, utilizados en la compraventa de mercancías del comercio alimentario en función del proceso a seguir en su gestión y los requisitos formales que deben cumplir.</p>	<p>— Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.</p> <p>— Previsión de la demanda.</p> <p>— Realización de previsiones de tesorería. Cuenta de gastos e ingresos. Contingencias de la actividad comercial alimentaria.</p> <p>— Cálculo de costes financieros. Riesgos de cobro en el comercio alimentario. Tipos de interés bancarios y amortizaciones. Créditos comerciales, aplazamiento del pago.</p> <p>— Negociación de efectos comerciales.</p> <p>— Uso de aplicaciones informáticas en el cálculo de costes financieros.</p> <p>— Cálculo de costes anuales de personal y seguridad social. Convenio sectorial del sector alimentario y tasas de cotización.</p> <p>– Obligaciones del empresario con la Seguridad Social.</p> <p>– El salario. Percepciones salariales y no salariales en el sector alimentario.</p> <p>– Tipos y bases de cotización en el sector alimentario.</p> <p>— Cálculo de gastos generales de suministro energético, seguros y equipamiento. Costes.</p> <p>— Comprobación de ingresos de ventas. Relación ventas-ingresos. Medios de pago Metálico y tarjetas bancarias. Datafono, móvil, sitios web tipo «PayPal», y otros.</p> <p>— Organización de documentos físicos y digitales de la compraventa de productos comercio alimentarios.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Libros de registros obligatorios y voluntarios. - Declaraciones censales y declaración de operaciones con terceras personas. - Normativa sobre la conservación de documentos e información.
--	---

RA 5: Supervisa el resultado económico de las ventas, controlando desviaciones y estableciendo acciones correctoras.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Supervisión del resultado económico de las ventas en el comercio alimentario:
<p>a) Se ha analizado la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.</p> <p>b) Se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.</p> <p>c) Se ha planificado el control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado.</p> <p>d) Se han calculado las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio y mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorado si las desviaciones son positivas o negativas.</p> <p>e) Se han analizado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre el volumen de ventas previsto y el real, atendiendo a causas internas, externas o aleatorias y en su caso establecido las medidas correctoras necesarias.</p> <p>f) Se ha reinvertido el beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Cálculo y análisis de rentabilidad de las ventas de productos alimentarios. Precios de venta y margen de beneficio. — Estudio de retirada de productos obsoletos e incorporación de novedades en la gama de productos alimentarios. — Comportamiento de ingresos y gastos. Previsión y tendencias de ventas — Planificación del control presupuestario. Problemas potenciales: identificación y gestión. Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez — Cálculo de desviaciones presupuestarias: ingresos, gastos, precio y mano de obra. Análisis. Resultados presupuestados y reales. Causas internas, externas o aleatorias. Medidas correctoras. — Análisis de desviaciones detectadas en el volumen de ventas. Medidas correctoras. — Reinversión del beneficio. Mejoras: ampliación de gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico. — Establecimiento de métodos de control de precios de venta. Medidas correctoras.

g) Se han establecido métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.	
--	--

Orientaciones pedagógicas.

El presente módulo profesional da respuesta a una serie de funciones del perfil profesional del título, correspondientes a la gestión de pedidos, facturas y pagos y control de desviaciones.

Dichas funciones, desarrolladas en los procesos productivos de la empresa y encaminadas a obtener un producto o prestar un servicio, sirven de pauta para orientar en la programación de este módulo profesional.

Los procesos esenciales a incluir en la programación de este módulo profesional son los que se describen a continuación y corresponden a la gestión económica de un comercio alimentario:

- Planificación de la tesorería, facturación, cobros, pagos y control de desviaciones.
- Gestión de pedidos, fases y documentación.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Elaborar planes de empresa para pequeños comercios de alimentación valorando las oportunidades de negocio del entorno, las formas de financiación y los requerimientos legales exigidos a fin de realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera.
- b) Realizar operaciones de gestión de pequeños establecimientos alimentarios, físicos y online, aplicando procedimientos según características de la empresa y conforme a la normativa vigente para supervisar las acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería.
- i) Organizar el suministro, almacenamiento y conservación de productos alimentarios, a fin de gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online.
- o) Elaborar y gestionar documentos comerciales empleados en la gestión comercial y administrativa de establecimientos alimentarios, utilizando programas específicos.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.
- b) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.
- f) Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución.
- k) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 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.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Constitución de pequeños negocios alimentarios, Logística de productos alimentarios y Comercio electrónico en negocios alimentarios de este ciclo formativo.

Las enseñanzas que den respuesta a las competencias, resultados de aprendizaje y contenidos educativos de este módulo profesional, desarrollarán las siguientes líneas de actuación:

- Elaboración y tramitación de documentación relacionada con las actividades comerciales habituales en pequeños comercios alimentarios.
- Cumplimentación de impuestos asociados a las operaciones de compraventa de pequeños comercios.

- Emisión de facturas utilizando el software específico.
- Realización de cálculos para la planificación de la tesorería del comercio alimentario.
- Cálculo de desviaciones económicas en un comercio alimentario.

Módulo Profesional: Inglés.

Código: 0156.

Duración del módulo: 160 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos en lengua estándar, analizando el contenido global del mensaje y relacionándolo con los recursos lingüísticos correspondientes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Análisis de mensajes orales:
a) Se ha situado el mensaje en su contexto. b) Se ha identificado la idea principal del mensaje. c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje directo, telefónico o por otro medio auditivo. d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos cotidianos de la vida profesional y cotidiana. e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje. f) Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articulado con claridad. g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones. h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.	— Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos. <ul style="list-style-type: none"> – Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados. – Terminología específica del sector del comercio. – Ideas principales y secundarias. – Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros. – Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia. – Diferentes acentos de lengua oral. — Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación. — Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras,

	expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.
--	--

RA 2: Interpreta información profesional contenida en textos escritos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Interpretación de mensajes escritos:
<p>a) Se han seleccionado los materiales de consulta y diccionarios.</p> <p>b) Se han leído de forma comprensiva textos sencillos.</p> <p>c) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.</p> <p>d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del área profesional a que se refiere.</p> <p>e) Se ha identificado la terminología utilizada.</p> <p>f) Se han realizado traducciones de textos sencillos utilizando material de apoyo en caso necesario.</p> <p>g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail y fax, entre otros.</p>	<p>— Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.</p> <p>— Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información específica necesaria para la realización de una tarea.</p> <p>— Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos, profesionales y cotidianos.</p> <p>– Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax, entre otros.</p> <p>– Terminología específica del sector del comercio. Análisis de los errores más frecuentes.</p> <p>– Idea principal e ideas secundarias: identificación del propósito comunicativo, de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.</p> <p>– Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.</p> <p>— Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.</p> <p>— Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.</p>

RA 3: Emite mensajes orales claros y bien estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.</p> <p>b) Se ha comunicado utilizando fórmulas, nexos de unión y estrategias de interacción.</p> <p>c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones.</p> <p>d) Se han descrito hechos breves e imprevistos relacionados con su profesión.</p> <p>e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.</p> <p>f) Se han expresado sentimientos, ideas u opiniones.</p> <p>g) Se han enumerado las actividades de la tarea profesional.</p> <p>h) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.</p> <p>i) Se ha justificado la aceptación o no de propuestas realizadas.</p> <p>j) Se ha argumentado la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.</p> <p>k) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.</p>	<p>Producción de mensajes orales:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad. — Terminología específica del sector del comercio. — Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros. — Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia. — Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones. — Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro. — Mantenimiento y seguimiento del discurso oral. <ul style="list-style-type: none"> – Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional. Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal. – Recursos utilizados en la planificación elemental del mensaje oral para facilitar la comunicación. Secuenciación del discurso oral. – Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

	<ul style="list-style-type: none"> – Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, entre otros. – Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
--	--

RA 4: Elabora textos sencillos, relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Emisión de textos escritos:
<p>a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/ o profesionales.</p> <p>b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.</p> <p>c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.</p> <p>d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.</p> <p>e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.</p> <p>f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.</p> <p>g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento que se ha de elaborar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Elaboración de un texto. Planificación. Uso de las estrategias necesarias: ideas, párrafos cohesionados y revisión de borradores. — Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos. <ul style="list-style-type: none"> – Currículum vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax, entre otros. – Terminología específica del sector del comercio. – Idea principal e ideas secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto. – Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto. Nexos: «because of», «since», «although», «even if», «in spite of», «despite», «however», in contrast» y otros. – Secuenciación del discurso escrito: «first», «after», «then», «finally». – Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos. — Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado, consecuencia. — Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

	<ul style="list-style-type: none"> — Coherencia textual. <ul style="list-style-type: none"> – Adecuación del texto al contexto comunicativo. – Tipo y formato de texto. – Variedad de lengua. Registro. – Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante. – Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión. – Ejemplificación. – Conclusión y/ o resumen del discurso. – Uso de los signos de puntuación. — Escritura, en soporte papel y digital, de descripciones de experiencias profesionales y acontecimientos, narración de hechos reales o imaginados, correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, lenguaje sencillo y suficiente adecuación gramatical y léxica. — Elementos gráficos para facilitar la comprensión: ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía y en soporte papel y digital.
--	---

RA 5: Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):
<p>a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.</p> <p>b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.</p> <p>c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales. — Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa. — Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del área profesional, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

— Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

— Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado adquiera las competencias que le permitan comunicarse en inglés en el desarrollo de las actividades profesionales propias del nivel formativo de este técnico superior en este sector.

Se trata de un módulo eminentemente procedimental en el que se desarrolla la competencia comunicativa en inglés necesaria en el entorno profesional, tanto a nivel oral como a nivel escrito.

La competencia comunicativa en inglés tiene que ver tanto con las relaciones interpersonales como con el manejo de la documentación propia del sector.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- 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.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

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

- La utilización de la lengua inglesa tanto a nivel oral como a nivel escrito, en todo el desarrollo de este módulo.
- La introducción del vocabulario inglés correspondiente a la terminología específica del sector.
- La selección y ejecución de estrategias didácticas que incorporen el uso del idioma inglés en actividades propias del sector profesional.
- La utilización de las técnicas de comunicación para potenciar el trabajo en equipo.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Código: 1616.

Duración del módulo: 96 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos del módulo.

RA 1: Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Búsqueda activa de empleo:
<p>a) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>b) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.</p> <p>c) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>d) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.</p> <p>e) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.</p> <p>f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.</p> <p>g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.</p>	<p>— Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Caracterización de proyecto de vida y proyecto profesional. Estereotipos y roles de género. – Análisis de los diferentes puestos de trabajo relacionados con el ámbito profesional del título, competencias profesionales, condiciones laborales y cualidades personales. – Mercado laboral. Tasas de actividad, ocupación y paro. Datos y estadísticas desagregados por sexo en el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios. – Políticas de empleo. <p>— Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> — Definición del objetivo profesional individual. — La toma de decisiones y factores que intervienen, expectativas e influencias. — Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico en comercialización de productos alimentarios. <ul style="list-style-type: none"> — Formación profesional inicial. — Formación para el empleo. — Valoración de la importancia de la formación permanente en la trayectoria laboral y profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios. — El proceso de toma de decisiones. — El proyecto profesional individual. — Proceso de búsqueda de empleo en el sector público. Fuentes de información y formas de acceso. — Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. — Métodos para encontrar trabajo. — Análisis de ofertas de empleo y de documentos relacionados con la búsqueda de empleo. — Análisis de los procesos de selección. <ul style="list-style-type: none"> — Aspectos de género que inciden en los procesos de selección de personal. — Aplicaciones informáticas. — Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
--	---

RA 2: Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
-------------------------	------------

<p>a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.</p> <p>c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.</p> <p>d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.</p> <p>e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.</p> <p>f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.</p> <p>g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.</p>	<p>Gestión del conflicto y equipos de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Concepto de equipo de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> – Clasificación de los equipos de trabajo. – Etapas en la evolución de los equipos de trabajo. – Tipos de metodologías para trabajar en equipo. – Aplicación de técnicas para dinamizar equipos de trabajo. – Técnicas de dirección de equipos. — Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización. — Equipos en el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios según las funciones que desempeñan. — Equipos eficaces e ineficaces. <ul style="list-style-type: none"> – Similitudes y diferencias. – La motivación y el liderazgo en los equipos eficaces. — La participación en el equipo de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> – Diferentes roles dentro del equipo. – La comunicación dentro del equipo. – Organización y desarrollo de una reunión. — Conflicto; características, fuentes y etapas. <ul style="list-style-type: none"> – Métodos para la resolución o supresión del conflicto. — El proceso de toma de decisiones en grupo.
---	--

RA 3: Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Contrato de trabajo:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre el empresariado y su personal.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

- El derecho del trabajo.
 - Relaciones Laborales.
 - Fuentes de la relación laboral y principios de aplicación.
 - Organismos que intervienen en las relaciones laborales.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Derechos y Deberes derivados de la relación laboral.
 - Normativa laboral en cuanto al acoso sexual y al acoso por razones de sexo.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas del fomento de la contratación.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones, flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
- El Salario. Interpretación de la estructura salarial.
 - Salario Mínimo Interprofesional.
 - Brecha salarial entre trabajadores y trabajadoras en empleos de similar cualificación.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores/as.
 - Representación sindical y representación unitaria.
 - Competencias y garantías laborales.
 - Negociación colectiva.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Conflictos laborales.
 - Causas y medidas del conflicto colectivo: la huelga y el cierre patronal.
 - Procedimientos de resolución de conflictos laborales.

RA 4: Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Seguridad Social, empleo y desempleo:
<p>a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.</p> <p>b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.</p> <p>c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.</p> <p>d) Se han identificado las obligaciones inherentes a la relación laboral dentro del sistema de Seguridad Social.</p> <p>e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización del personal, sus cuotas correspondientes, así como las cuotas empresariales.</p> <p>f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.</p> <p>g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.</p> <p>h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.</p>	<p>— Estructura del Sistema de la Seguridad Social.</p> <p>— Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.</p> <p>— Estudio de las Prestaciones de la Seguridad Social.</p> <p>— Situaciones protegibles en la protección por desempleo.</p>

RA 5: Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Evaluación de riesgos profesionales:

<p>a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.</p> <p>b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.</p> <p>c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.</p> <p>d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.</p> <p>f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Valoración de la relación entre trabajo y salud. — Análisis de factores de riesgo. — La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. — Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad. — Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. — Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales. — Riesgos específicos en el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios. — Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
--	--

RA 6: Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:
<p>a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.</p> <p>b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.</p> <p>c) Se han determinado las formas de representación del personal de la empresa en materia de prevención de riesgos.</p> <p>d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.</p> <p>e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. — Gestión de la prevención en la empresa. — Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales. — Planificación de la prevención en la empresa. — Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo. — Elaboración de un plan de emergencia en una "pyme".

<p>f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.</p> <p>g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.</p>	
--	--

RA 7: Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:
<p>a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.</p> <p>b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.</p> <p>c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.</p> <p>d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.</p> <p>e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.</p> <p>f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.</p>	<p>— Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.</p> <p>— Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.</p> <p>— Primeros auxilios.</p>

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para que el alumnado pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todas las personas».
- 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.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- 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 todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

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

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente a las empresas.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de currículos (CV), y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a trabajadores y trabajadoras del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados, lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la ley de Prevención de Riesgos Laborales, que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en su sector, y que le permita colaborar en la definición de un plan de prevención para una pequeña empresa, así como en la elaboración de las medidas necesarias para su puesta en funcionamiento.
- La elaboración del Proyecto profesional individual, como recurso metodológico en el aula, utilizando el mismo como hilo conductor para la concreción práctica de los contenidos del módulo.
- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de “aprender - haciendo”, a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Módulo Profesional: Formación en Centros de Trabajo.

Código: 1617.

Duración del módulo: 410 horas.

Módulo no asociado a unidad de competencia.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

RA 1: Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la comercialización de los productos alimentarios y con el tipo de servicio que presta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la entidad: empresas proveedoras, personas compradoras, sistemas de producción y almacenaje, entre otros.
- d) Se han relacionado las características del servicio y el perfil de las personas compradoras con el desarrollo de la actividad empresarial.
- e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

RA 2: Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han reconocido y justificado:
 - Las disponibilidades personal y temporal necesarias en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

RA 3: Participa en las acciones de comercialización, dinamización y presentación de productos alimentarios para la venta en lineales, mostradores y expositores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha participado en la elaboración de acciones del plan de marketing de la empresa alimentaria aportando propuestas de mejora.
- b) Se ha participado en la planificación, supervisión y valoración de promociones internas y proveedores.
- c) Se ha participado en la supervisión de la ubicación de los elementos atractivos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.
- d) Se ha participado en la supervisión y control de la disposición de los productos alimentarios, siguiendo pautas de promoción, trazabilidad ubicación y reposición que la empresa haya determinado.
- e) Se ha realizado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.
- f) Se ha participado en la supervisión de la ubicación de los equipamientos del establecimiento facilitando los desplazamientos de personas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.
- g) Se ha participado en la supervisión de la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en mostradores y vitrinas.

RA 4: Participa en la atención comercial en establecimientos alimentarios en función del tipo de clientes, proveedores y su relación con los productos de venta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha participado en la atención comercial e información a clientes y proveedores, respondiendo a las contingencias.
- b) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).
- c) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido)
- d) Se han atendido y tramitado reclamaciones y sugerencias utilizando el canal y el protocolo adecuado a cada situación respetando la normativa básica vigente en materia de consumo.
- e) Se han participado en la gestión de pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- f) Se ha propuesto mejoras relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.
- g) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.
- h) Se ha participado en la venta online de productos alimentarios.

RA 5: Colabora en la supervisión de las condiciones óptimas de preparación y conservación de los productos expuestos, aplicando la normativa en la seguridad alimentaria.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha participado en el control y valoración de la aplicación de los procedimientos de manipulación de alimentos establecidos en la empresa.
- b) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos.
- c) Se ha colaborado en la supervisión de la obtención, preparación y envasado de productos frescos en función de sus características, destino culinario y requerimientos del cliente.
- d) Se ha verificado la trazabilidad y el estado de los productos alimentarios, comprobando que el etiquetado se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia de la normativa vigente de salubridad.
- e) Se ha participado en la supervisión de los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario.
- f) Se ha participado en la planificación de los tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD), así como de los controles que previenen los peligros potenciales físicos, químicos y biológicos.
- g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario, verificando que las medidas correctivas propuestas subsanan las incidencias detectadas.

h) Se han seguido pautas en el tratamiento de los SANDACH cumpliendo la normativa vigente en las fases de su manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.

RA 6: Colabora en la recepción, el almacenaje y distribución de los productos alimentarios.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha colaborado en la recepción del pedido, verificando la documentación asociada y el estado de la mercancía recibida, en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad, precio, control de temperatura, embalajes y envases.
- b) Se ha participado en la supervisión de la adecuada zonificación del almacén, en función de que los productos alimentarios sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.
- c) Se ha aplicado el procedimiento de devolución de mercancías a proveedores, según protocolo de la empresa.
- d) Se ha valorado la señalización del almacén de la empresa atendiendo a su finalidad y seguridad.
- e) Se ha colaborado en la supervisión del procedimiento de envíos a domicilio, verificando las condiciones que deben cumplir los medios de transporte.
- f) Se ha contribuido a la comprobación de la documentación utilizada en caso de devolución por el cliente de un producto expedido.
- g) Se ha supervisado el registro informático asociado a la documentación de la recepción, almacenamiento y distribución de mercancías.
- h) Se ha colaborado en la actualización de inventarios.

RA 7: Realiza actividades comerciales, económicas y monetarias, relativas a la gestión de pedidos y su documentación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha colaborado en la emisión y tramitación de facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios.
- b) Se ha participado en la supervisión de las modificaciones de precios, cualidades de los productos, tiques y facturas configuradas en el terminal punto de venta.
- c) Se ha participado en la elaboración de la documentación informatizada de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, aplicando los protocolos establecidos en la empresa.
- d) Se ha colaborado en la planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.

00189187

- e) Se han realizado tareas diarias de comprobación de las ventas efectuadas y sus correspondientes cobros, verificando el arqueo de caja.
- f) Se han elaborado y presentado documentos comerciales de gestión del comercio alimentario, tales como facturas y emails, aplicando hojas de cálculo y diseños atractivos.
- g) Se ha llevado a cabo la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido, productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contribuye a completar todas las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo formativo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

ANEXO II

Distribución horaria semanal, por cursos académicos, de los módulos profesionales del ciclo formativo correspondiente al Título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

MÓDULOS PROFESIONALES	PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO	
	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.	96	3		
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.	128	4		
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.	128	4		
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	96	3		
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	128	4		
1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.			147	7
1612. Logística de productos alimentarios.			168	8
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.			126	6
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.	128	4		
1615. Gestión de un comercio alimentario.			126	6
0156. Inglés.	160	5		
1616. Formación y orientación laboral.	96	3		
1617. Formación en centros de trabajo.			410	
Horas de libre configuración.			63	3
TOTALES	960	30	1040	30

ANEXO III

Orientaciones para elegir un itinerario en la modalidad de oferta parcial para las enseñanzas correspondientes al Título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN BÁSICA O SOPORTE	RELACIÓN CON
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.	1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación. 1609. Atención comercial en negocios alimentarios. 1612. Logística de productos alimentarios. 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	
1612. Logística de productos alimentarios.	
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.	
1615. Gestión de un comercio alimentario.	
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN TRANSVERSAL	
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.	
1616. Formación y orientación laboral.	
1617. Formación en centros de trabajo.	
0156. Inglés.	

ANEXO IV

Espacios y equipamientos mínimos.

Espacios.

Espacio formativo	Superficie m ²	Superficie m ²
	30 alumnas/os	20 alumnas/os
Aula polivalente.	60	40
Taller de tienda de Alimentación. (1)	210	160
Taller de almacén alimentario. (1)	100	75

(1) Estos espacios pueden ser sustituidos por una tienda de alimentación o un almacén alimentario no ubicados en el centro educativo.

Equipamientos.

Espacio formativo	Equipamiento
Aula Polivalente.	<ul style="list-style-type: none"> — Armario archivador a2 (metálico). — Fichero archivador c/4 gavetas. — Armario vitrina con puertas de cristal. — Estantería abierta a una cara. — Pizarra blanca. — Tablero de corcho azul. — Mesa de profesor c/ sillón (electrificada). — Mesa de lectura y comedor c/ cuatro sillas azul-haya. — Mesa de ordenador (el.) c/ dos sillas. — Ordenadores instalados en red. — Conexión a Internet, alta velocidad. — Programas informáticos específicos del ciclo formativo. — Pizarra digital. — Software para pizarra digital. — Programas gestión venta online. — Monitor. Pantalla grande led, mayor de 40 pulgadas. — Dispositivos electrónicos de almacenamiento de datos: memorias USB, discos duros portátiles. — Impresora multifunción en red. — Mesa de profesor con sillón.
Taller de tienda de Alimentación.	<ul style="list-style-type: none"> — Armario archivador a2 (metálico). — Estantería abierta a una cara. — Pizarra blanca. — Tablero de corcho azul. — Mesa de profesor c/ sillón (electrificada).

- Mesa de lectura y comedor c/ cuatro sillas azul-haya.
- Ordenadores integrados en la red y con conexión a Internet para la venta online.
- Escaparate.
- Lineales para productos alimenticios no perecederos.
- Lineales para productos alimenticios perecederos.
- Vitrinas expositoras con sistema de refrigeración.
- Mostrador de carnicería/charcutería/pollería.
- Mostrador de pescadería.
- Expositor de frutería.
- Expositor de bodega.
- Mesas y tajos de trabajo para carnicería y charcutería.
- Fregaderos y lavamanos.
- Cestas y carros. Carro para el transporte de productos alimentarios.
- Equipos de protección individual (EPI).
- Guantes de malla de cinco dedos.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Teléfonos.
- Fregadero.
- Office.
- Vestuarios.
- Sanitarios.
- Maquinaria del comercio alimentario:
 - Terminal de punto de venta (TPV).
 - Software ciclo comercio.
 - Utillaje de carnicería, charcutería, pescadería y verduras.
 - Esterilizadores de cuchillos y utillajes.
 - Generadores de frío (cámaras de refrigeración, de congelación, abatidores de temperatura, armarios frigoríficos, mesas refrigeradas).
 - Balanzas para pesar.
 - Cortadoras de fiambre.
 - Envasadoras al vacío.
 - Picadoras de carne.
 - Mesas de despiece.

Taller de almacén alimentario.

- Termo.
- Autoclave para microbiología.
- Espectrofotómetro UV/vis.
- Baño termostático con agitación.
- Placas calefactoras.
- Estufa y desecador de infrarrojos para la determinación de humedad.
- Conductímetro portátil.
- Juego de alcoholímetros.
- Juego de densímetros.
- Juego de viscosímetros.
- Colorímetro portátil.
- Balanzas.
- Agitadores magnéticos calefactados.
- Equipos de extracción Soxhlet.
- Cámara de incubación.
- Lavaplatos industrial.
- Estufas y hornos.
- Termómetros de pincho.
- pH-metros.
- Nefelómetro.
- Material gravimétrico.
- Material volumétrico.
- Microscopios.
- Digestor.
- Centrifuga.
- Armario para medios de siembra y reactivos.
- Frigorífico.
- Armario cava.
- Programas gestión de almacén de alimentos y logística.
- Estanterías. Almacén de no perecederos.
- Cámaras de conservación de alimentos. Congelación y frigorífica.
- Fregaderos.
- Dispositivos para residuos.
- Armario para productos de limpieza y desinfección.
- Báscula.
- Señalizaciones.
- Empaquetadora.
- Cuarto de basura refrigerado.

ANEXO V

Módulos profesionales del ciclo formativo de grado medio en comercialización de productos alimentarios que pueden ser ofertados en la modalidad a distancia.

MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA

- 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
- 1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.
- 1608. Dinamización del punto de venta en comercio de alimentación.
- 1609. Atención comercial en negocios alimentarios.
- 1612. Logística de productos alimentarios.
- 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.
- 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.
- 1615. Gestión de un comercio alimentario.
- 1616. Formación y orientación laboral.
- 0156. Inglés.

MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA Y REQUIEREN ACTIVIDADES DE CARÁCTER PRESENCIAL

- 1610. Seguridad y calidad en el comercio.
- 1611. Preparación y acondicionamientos de productos frescos y transformados.