

Proyecto de Decreto XX/201X, de X de X, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en comercialización de productos alimentarios en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa, establece en su artículo 39 que la Formación Profesional en el sistema educativo tiene por finalidad preparar al alumnado para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática. Por otra parte, en su artículo 6 define el currículo como la regulación de los elementos que determinan los procesos de enseñanza y aprendizaje para cada una de las enseñanzas y enumera los elementos que lo integran.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en su artículo 10.2 indica que las administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán ampliar los contenidos de los correspondientes títulos de formación profesional.

Por su parte, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, dispone en su artículo 8 que al Gobierno corresponde, mediante real decreto, establecer los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas de los ciclos formativos y de los cursos de especialización de las enseñanzas de formación profesional, que en todo caso, deberán ajustarse a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional, atribuyendo a las Administraciones educativas el establecimiento de los currículos correspondientes, respetando lo dispuesto en dicho real decreto, así como en el que se regulen aspectos básicos del currículo y en las restantes normas que regulen las diferentes enseñanzas de formación profesional.

Según establece el artículo 37.1 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, corresponde a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y leyes orgánicas que conforme al apartado 1 del artículo 81 de la misma lo desarrollen y sin perjuicio de las facultades que atribuye al Estado el número 30 del apartado 1 del artículo 149 y de la Alta Inspección para su cumplimiento y garantía.

La Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, dispone en el artículo 70 que los currículos de los títulos de formación profesional se establecerán atendiendo a las necesidades del tejido productivo regional y la mejora de las posibilidades de empleo de la ciudadanía de Castilla-La Mancha.

Habiendo entrado en vigor 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, procede establecer el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, en el ámbito territorial de esta Comunidad Autónoma, teniendo en cuenta los aspectos definidos en la normativa citada anteriormente.

El perfil profesional de este título, dentro del sector terciario de Castilla-La Mancha, evoluciona hacia un profesional polivalente capacitado para ejercer su actividad, de forma presencial y online, en el sector del comercio alimentario, en pequeños negocios y en superficies comerciales, en la gestión comercial y en la supervisión de las ventas y en el asesoramiento especializado sobre productos alimentarios cada vez más variados, y a través de diferentes canales de comercialización.

En la definición del currículo de este ciclo formativo en Castilla-La Mancha se ha prestado especial atención a las áreas prioritarias definidas por la Disposición Adicional Tercera de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio y en el artículo 70 de la Ley 7/2010, de 20 de julio, mediante la definición de contenidos de prevención de riesgos laborales, sobre todo en el módulo de Formación y orientación laboral, que permitan que todos los alumnos y alumnas puedan obtener

el certificado de Técnico o Técnica en Prevención de Riesgos Laborales, Nivel Básico, expedido de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

“Se ha recurrido a una norma con rango de decreto para establecer el desarrollo de las bases pues corresponde al Consejo de Gobierno la potestad reglamentaria, como así ha manifestado el Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha en reiterados dictámenes, en particular el dictamen número 78/2009, de 22 de abril. Asimismo, cabe mencionar que este decreto se ajusta a los principios de buena regulación contenidos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, 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 de Castilla –La Mancha, ampliar la oferta de formación profesional, avanzar en la integración de la formación profesional en el conjunto del sistema educativo de la Comunidad Autónoma, 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. Del mismo modo, durante el procedimiento de elaboración de la norma se ha permitido la participación activa de los potenciales destinatarios a través, en su caso, del trámite de audiencia e información pública o de los órganos específicos de participación y consulta y quedan justificados los objetivos que persigue la ley”.

El decreto se estructura en once artículos relativos a los aspectos específicos que regulan el currículo correspondiente a este título, una disposición adicional, tres disposiciones finales y tres anexos.

En el procedimiento de elaboración de este decreto se ha consultado a la Mesa Sectorial de Educación y han emitido dictamen el Consejo Escolar de Castilla-La Mancha y el Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Educación, Cultura y Deportes, de acuerdo/oído el Consejo Consultivo y, previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de X de X de 2019,

Dispongo:

Artículo 1. Objeto de la norma y ámbito de aplicación.

El decreto tiene como objeto establecer el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, teniendo en cuenta sus características geográficas, socio-productivas, laborales y educativas, complementando lo dispuesto 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. Identificación del título.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 2 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Comercialización de productos alimentarios.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3b.

Artículo 3. Titulación.

De conformidad con lo establecido en el artículo 44.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, los alumnos y las alumnas que superen las enseñanzas correspondientes al ciclo formativo de grado medio de Comercialización de Productos Alimentarios obtendrán el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.

Artículo 4. Otros referentes del título.

En el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, quedan definidos el perfil profesional, la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título, entorno profesional, prospectiva en el sector o sectores, objetivos generales, preferencias para el acceso a este ciclo formativo en relación con las modalidades y materias de bachillerato cursadas, accesos y vinculación a otros estudios, convalidaciones y exenciones, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación y exención, correspondientes al título.

Artículo 5. Módulos profesionales de primer y segundo curso: Duración y distribución horaria.

1. Son módulos profesionales de primer curso los siguientes:

- 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
- 1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.
- 1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.
- 1609. Atención comercial en negocios alimentarios.
- 1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.
- 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.
- 0156. Inglés.
- 1616. Formación y orientación laboral.

2. Son módulos profesionales de segundo curso los siguientes:

- 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.
- 1612. Logística de productos alimentarios.
- 1613. Comercio electrónico en productos alimentarios.
- 1615. Gestión de un comercio alimentario.
- 1617. Formación en Centros de Trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal ordinaria de los módulos profesionales del ciclo formativo son las establecidas en el anexo I A.

Artículo 6. Oferta del ciclo formativo en tres cursos académicos.

1. De forma excepcional, previa autorización de la Consejería con competencias en materia de educación, se podrá ofertar el ciclo formativo distribuido en tres cursos académicos.

2. La distribución de los módulos profesionales por cursos es la siguiente:

a) Primer curso:

- 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
- 1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.
- 1612. Logística de productos alimentarios.
- 0156. Inglés.
- 1616. Formación y orientación laboral.

b) Segundo curso:

- 1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.
- 1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.
- 1609. Atención comercial en negocios alimentarios.

- 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.
- 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.

c) Tercer curso:

- 1613. Comercio electrónico en productos alimentarios.
- 1615. Gestión de un comercio alimentario.
- 1617. Formación en Centros de Trabajo.

3. La duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del ciclo formativo para la oferta excepcional en tres cursos académicos son las establecidas en el anexo I B.

Artículo 7. Flexibilización de la oferta.

La Consejería con competencias en materia de educación podrá diseñar otras distribuciones horarias semanales de los módulos del ciclo formativo distintas a las establecidas, encaminadas a la realización de una oferta más flexible y adecuada a la realidad social y económica del entorno. En todo caso, se mantendrá la duración total establecida para cada módulo profesional.

Artículo 8. Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, contenidos y orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales.

1. Los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y duración de los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y Proyecto de Comercialización de productos alimentarios, así como los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración y contenidos del resto de módulos profesionales que forman parte del currículo del ciclo formativo de grado medio de Comercialización de productos alimentarios son los establecidos en el anexo II.

2. Las orientaciones pedagógicas de los módulos profesionales que forman parte del título del ciclo formativo de grado medio de Comercialización de productos alimentarios son las establecidas en el anexo I del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

Artículo 9. Profesorado.

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, del Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el anexo III A) del Real Decreto 189/2018.

2. De acuerdo con lo establecido en el artículo 12.2 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, las titulaciones requeridas para ingresar en los cuerpos docentes citados son, con carácter general, las determinadas en el artículo 13 del 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, aprobado por Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero.

3. El profesorado especialista tendrá atribuida excepcionalmente, la competencia docente de los módulos profesionales especificados en el anexo III A) del Real Decreto 189/2018.

4. El profesorado especialista deberá cumplir los requisitos generales exigidos para el ingreso en la función pública docente establecidos en el artículo 12 del citado Reglamento aprobado por Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero.

5. Además, con el fin de garantizar que se da respuesta 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, de al menos dos años de ejercicio profesional en los cuatro años inmediatamente anteriores al nombramiento.

6. Para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas, las titulaciones requeridas y los requisitos necesarios, para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título, son las incluidas en el anexo III C) del Real Decreto 189/2018. 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.

La certificación de la experiencia laboral deberá ser justificada en los términos del artículo 12 del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.

7. Para las titulaciones habilitantes a efectos de docencia, se atenderá a lo establecido en la disposición adicional sexta del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

Artículo 10. Capacitaciones.

La formación establecida en el módulo profesional de Formación y orientación laboral, capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997 de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, con los requisitos que se establecen en la disposición adicional tercera del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

Tal y como se establece en el punto segundo de la disposición adicional tercera del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, la formación establecida en este real decreto, en sus diferentes módulos profesionales, garantiza el nivel de conocimiento exigido en materia de manipulación de alimentos.

Artículo 11. Espacios y equipamientos.

1. Los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas del ciclo formativo de grado medio de Comercialización de productos alimentarios, son los establecidos en el anexo III.

2. Las condiciones de los espacios y equipamientos son las establecidas en el artículo 11 del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, que, en todo caso, deberán cumplir la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Disposición adicional única. Autonomía pedagógica de los centros.

Los centros autorizados para impartir el ciclo formativo de formación profesional de grado medio de Comercialización de productos alimentarios, concretarán y desarrollarán las medidas organizativas y curriculares que resulten más adecuadas a las características de su alumnado y de su entorno productivo, de manera flexible y en uso de su autonomía pedagógica, en el marco legal del proyecto educativo, en los términos establecidos por la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de Educación y en el Capítulo II del Título III de la Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, e incluirán los elementos necesarios para garantizar que las personas que cursen el ciclo formativo indicado desarrollen las competencias incluidas en el currículo en “diseño para todos”.

Disposición final primera. Implantación del currículo.

El currículo se implantará en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, autorizados para impartirlo, a partir del curso escolar 2019-2020, y de acuerdo al siguiente calendario:

- 1) En el curso 2019/2020, se implantará el currículo de los módulos profesionales del primer curso del ciclo formativo.
- 2) En el curso 2020/2021, se implantará el currículo de los módulos profesionales del segundo curso del ciclo formativo.
- 3) Para el caso excepcional de la oferta del ciclo formativo en tres cursos académicos, en el curso 2021/2022 se implantará el currículo de los módulos profesionales del tercer curso.

Disposición final segunda. Desarrollo.

Se autoriza a la persona titular de la Consejería competente en materia educativa, para dictar las disposiciones que sean precisas para la aplicación de lo dispuesto en este decreto.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

Este decreto entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Dado en Toledo, el X de X de 2019

El Presidente

Emiliano García-Page Sánchez

El Consejero de Educación, Cultura y Deportes

Angel Felpeto Enríquez

Anexo I A)

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del ciclo formativo.

Módulos	Distribución de horas		
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios	150	5	
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario	140	4	
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.	120	4	
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	130	4	
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	130	4	
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.	110	3	
0156. Inglés	98	3	
1616. Formación y orientación laboral	82	3	
1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.	170		8
1612. Logística de productos alimentarios	170		8
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios	170		8
1615. Gestión de un comercio alimentario	130		6
1617. Formación en centros de trabajo	400		
TOTAL	2000	30	30

Anexo I B)

Duración y distribución horaria semanal de los módulos profesionales del ciclo formativo en tres cursos académicos.

Módulos	Distribución de horas			
	Horas Totales	Horas Semanales 1º Curso	Horas Semanales 2º Curso	Horas Semanales 3º Curso
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios	150	5		
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	130	4		
1612. Logística de productos alimentarios	170	5		
0156. Inglés	98	3		
1616. Formación y orientación laboral	82	3		
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario	140		4	
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.	120		4	
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	130		4	
1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.	170		5	
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.	110		3	
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios	170			9
1615. Gestión de un comercio alimentario	130			6
1617. Formación en centros de trabajo	400			
TOTAL	2000	20	20	15

Anexo II

Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, duración, y contenidos de los módulos profesionales.

Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios

Código: 1606

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- a) Se ha establecido el modelo de empresa de comercialización alimentaria y su organización estructural para obtener los resultados esperados.
 - b) Se ha decidido la idea de negocio para el establecimiento de una empresa de comercialización alimentaria, valorando, en el entorno de actuación, modelos consolidados y novedosos, tendencias y segmentos de mercado.
 - c) Se han establecido las etapas de emprendimiento del negocio relacionándolas con las características de innovación, formación y colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
 - d) Se han valorado las propias aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
 - e) Se han elaborado el análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la idea de negocio alimentario.
 - f) Se ha decidido la estrategia empresarial, relacionándola con la idea de negocio y sus objetivos.
 - g) Se ha evaluado la información del entorno sobre datos sectoriales, empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
 - h) Se han analizado, en empresas relacionadas con el comercio alimentario, prácticas que incorporan valores éticos y sociales para su incorporación a la idea de negocio.
 - i) Se han analizado las características de cultura empresarial e imagen corporativa de la idea de negocio alimentario en relación con los objetivos empresariales.
2. Elabora planes de inversión en el comercio alimentario, determinando necesidades y coste de los recursos humanos y materiales.

Criterios de evaluación:

- 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.
- 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.
- 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.
- d) 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.
- e) Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.
- f) Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.

- g) Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.
 - 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.
3. Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización.

Criterios de evaluación:

- 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.
 - b) Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.
 - c) Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.
 - d) Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.
 - e) Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.
 - f) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.
 - 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.
 - h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.
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.

Criterios de evaluación:

- 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.
 - b) Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.
 - c) Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.
 - d) Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
 - e) Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.
 - f) Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.
 - g) Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.
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:

- a) Se ha establecido la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios acorde con la idea de negocio definida y sus obligaciones formales y fiscales.

- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.
- c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- 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.
- 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.
- 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.
- g) Se ha formalizado la documentación asociada a la constitución e inicio de actividad secuenciando los trámites en los plazos establecidos por la administración.

Duración: 150 horas.

Contenidos:

a) Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria.

- Plan de empresa: estructura y elaboración.
- Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.
- Características de las pymes de comercio alimentario.
- Comercio detallista como motor económico.
- Idea de negocio del comercio alimentario. Comercios alimentarios: tipos, características y funciones. Valoración del entorno. Modelos consolidados y novedosos.
- Emprendimiento: Factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo. Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- Evaluación del entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Entorno específico de comercios alimentarios: competencia, empresas proveedoras y personas compradoras.
- Relaciones del pequeño comercio con el conjunto de la sociedad.
- Análisis de las empresas del comercio alimentario Cultura empresarial. Objetivos empresariales. Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.
- Análisis de las empresas agroalimentarias en Castilla La Mancha. Estructura. Tipos. Posicionamiento en el mercado nacional. Análisis del microentorno y del macroentorno.
- Organismos de apoyo y asesoramiento en el mercado nacional.
- La externalización como oportunidad y medio de diversificar el riesgo. Determinación de los mercados internacionales objetivo. Medidas de adaptación a los mercados internacionales.
- Organismos de apoyo y asesoramiento en el mercado internacional.
- Análisis de las empresas agroalimentarias en Castilla La Mancha. Posicionamiento en los mercados internacionales. Estructura. Tipos. Análisis del microentorno y del macroentorno.

b) Elaboración de planes de inversión en el comercio alimentario:

- Valoración de ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios.
- 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.
- Elaboración de planes de sostenibilidad. Gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y el mantenimiento Plan de sostenibilidad, Gastos. Previsiones. Tipos de gastos:

energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y mantenimiento, entre otros.

- Valoración de las posibilidades costes de innovación y calidad del negocio alimentario.
- Estimación de costes de adquisición de equipamiento. Compra o alquiler.
- Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo.
- Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- 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.
- Métodos de obtención de información de la competencia: observación directa y encuestas.
- Canales de distribución: tipos y características.
- Escritos de solicitud de ofertas y presupuestos.

c) Realización de planes financieros de comercio alimentario:

- Determinación de fuentes de financiación externas. Costes e ingresos. Fuentes de financiación ajena: préstamos, leasing, renting, créditos u otras, y propias.
- Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.
- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura del negocio alimentario.
- Métodos de análisis y valoración de inversiones: el método del VAN.
- Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.
- Valoración de la financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones. Costes y costes de demora.
- Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación.

Tramitación y pliego de condiciones. Ayudas a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo. Públicas y privadas. Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.

- Negociación del pago de impuestos. Tipo de impuestos: locales y estatales. Previsión de liquidez para el pago.
- Elaboración de planes económico-financieros, estructura de su documentación básica, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional.

d) Realización de la viabilidad económica y social de una pequeña empresa de comercio alimentario:

- Análisis de viabilidad económica: Ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez.

Ratios económico-financieros: de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez.
Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos.
Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Modelos normalizados de cuentas anuales para PYMES.

- Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario:

Criterios de buenas prácticas empresariales, valores éticos, sociales y respeto al medioambiente.

- Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios.
- Análisis de la sostenibilidad de la empresa:

Economía del bien común.
Responsabilidad social corporativa.
Buenas prácticas.
Balance social.

- 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.

e) Constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario:

- Empresa, empresario y emprendedor

- Formas jurídicas de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal.

- Empresas sin personalidad jurídica

Persona física o empresario individual

La comunidad de bienes y la sociedad civil

Emprendedor de responsabilidad limitada

- Empresas con personalidad jurídica

Sociedad de responsabilidad limitada. Responsabilidad y obligaciones formales.

Sociedad anónima. Responsabilidad y obligaciones formales.

Sociedad laboral. Responsabilidad y obligaciones formales.

Sociedad cooperativa. Responsabilidad y obligaciones formales.

Sociedad colectiva. Responsabilidad y obligaciones formales.

Sociedades profesionales. Responsabilidad y obligaciones formales.

- Responsabilidad empresarial. Cómo seleccionar la forma jurídica idónea.

- Gestión de trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. Entidades facilitadoras de la gestión.

- 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. Procedimientos de presentación telemática y física.

Módulo Profesional: Mercadotecnia del comercio alimentario

Código: 1607

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

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.

b) Se han establecido los principales productos asociados a la idea de negocio, valorando sus características y estacionalidad.

c) 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.

d) Se ha analizado el potencial de ventas del producto ofertado y de los precios de la competencia del entorno.

e) Se han analizado datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.

f) 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.

g) Se ha obtenido información sobre condiciones de venta de empresas proveedoras, relacionadas con la idea de negocio.

- h) Se han seleccionado las empresas proveedoras y canales de distribución a emplear, valorando la información recopilada.
- i) 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.
- j) Se han comparado estrategias de comunicación, con vistas a seleccionar la más adecuada, valorando las que se utilizan en el microentorno comercial donde desarrollará la idea negocio prevista.
- 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.

2. Programa acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios, caracterizando el uso de diferentes técnicas que incentivan la compra y captan o fidelizan clientela.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.
- b) Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.
- c) Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.
- d) Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.
- e) Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.
- f) Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.
- g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.

3. Determina precios de venta de productos alimentarios, aplicando métodos de fijación de precios y de estimación de costes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.
- b) Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.
- c) Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
- d) Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.
- e) Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.
- f) Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.
- 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.

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:

- a) Se ha planificado la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.
- 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.

- c) Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.
- 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.
- 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.
- f) Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.
- g) Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.

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

Criterios de evaluación:

- 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.
- b) Se han establecido los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.
- c) Se han calculado ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.
- d) Se han efectuado mediciones de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal y a la gestión de productos en el mismo, aplicando herramientas electrónicas e informáticas.
- 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.
- f) Se ha valorado el plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente.
- g) Se ha valorado el grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados.
- h) Se han propuesto nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a la valoración de los resultados obtenidos.

Duración: 140 horas.

Contenidos:

a) Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:

- Plan de marketing: elaboración y estructura. Estudio de mercado. Tipos de marketing. El marketing mix: política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación.
 - Análisis DAFO de ideas de negocio alimentario.
 - Fuentes de información a la hora de confeccionar un plan de marketing.
 - 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, y 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 de la persona consumidora. Determinantes internos del comportamiento de compra: motivación, personalidad, aptitudes, percepción, experiencia y aprendizaje. Determinantes externos del comportamiento de compra: entorno económico, político y legal, culturas y subculturas, clase social, grupo social, familia, ocupación, organización y personal de venta.
 - Métodos de obtención de información de la competencia: observación directa y encuestas.
- Evolución del entorno:

Factores y variables del macroentorno.

- Comerciales. Actuación.
- Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad. Soportes de la acción publicitaria. Promoción de ventas:

Objetivos y efectos sobre el consumo.
Campaña promocional: fases y diseño.
Instrumentos promocionales utilizados en el sector alimentario.

- Formas publicitarias específicas:

Publicidad en el lugar de venta: carteles, paquetería.
Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.
Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección. Canales de distribución: tipos y características.

- Calculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta.
- Elaboración de planes de marketing-mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.
- El Plan de Marketing para la internacionalización. Selección de los países objetivo: utilización de las fuentes estadísticas (EUROSTAT, ESTACOM, EUROESTACOM). Análisis de las fuentes de información necesarias para realizar una selección objetiva de países.

- b) Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios:

- Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales. Elementos básicos de la comunicación.
- Determinación de acciones de marketing mix de un comercio alimentario. Finalidad. Tipos y formas. Producto, precio y distribución.
- Determinación de necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas.
- Programación de la acción publicitaria en comercialización alimentaria. Tipo de negocio, estacionalidad, entorno. Técnicas de marketing directo.
- Técnicas de promoción en comercios alimentarios.
- Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado

- c) Determinación de precios de venta de productos alimentarios:

- Métodos de fijación de precios. Criterios: a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado. Estrategia comercial de fijación del precio.
- Cálculo de costes de comercialización alimentaria. Costes y beneficios. Tipos de costes:

Según la función que cumplen: de producción, de comercialización, de administración y de financiación.

Según su grado de variabilidad: fijos y variables.

Según su asignación: directos e indirectos.

- Cálculo de beneficios.
- 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.
- Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.

- d) Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios:

- Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario:

Venta tradicional, online y autoservicio. Tipo de producto. Estructura y tipos.

- El canal de distribución. Tipos. Selección de canales de distribución de productos alimentarios. Tipos de intermediarios en los mercados de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial: los agentes comerciales y los comisionistas. Funciones y tipos. La franquicia. Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución.
- Estrategias de distribución. Relación de la empresa fabricante con la red de venta.
- 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.
- La distribución física de productos en el mercado de productos alimentarios: La logística.

e) Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria:

- Criterios de valoración de las acciones promocionales. Objetivos obtenidos y previstos. Indicadores.
- Índices y ratios económico financieros.
- Valoración de la eficacia de una acción de comunicación. Indicadores
- Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros. Aplicaciones informáticas específicas.
- Análisis de resultados. Medición de la rentabilidad del producto. Instrumentos de medición:

Herramientas electrónicas e informáticas de comportamiento de lineales.
Ratios de gestión de productos.
Ratio de productividad del lineal.
Ratio de beneficio del lineal.

- Valoración de la imagen de empresa. Satisfacción del cliente.
- Valoración de acciones promocionales. Fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.

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

Código: 1608

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. 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:

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- f) Se ha supervisado el estado y distribución de las cestas y carros para mantener en todo momento el suministro y limpieza.
- g) Se ha supervisado el estado de limpieza del establecimiento, potenciando el atractivo y teniendo en cuenta la prevención de riesgos e higiene de trabajadores y clientes, y la normativa de seguridad alimentaria en el acondicionamiento del punto de venta.

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:

- a) 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.
- b) Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de venta, según la distribución de los productos.
- c) 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.
- d) 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.
- e) Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.
- f) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.
- g) Se ha controlado la temperatura ambiente, atendiendo la conservación de los productos y el confort de los clientes.
- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.
- b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despieceado y procedencia según criterios de calidad.
- c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.
- d) 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.
- e) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.
- f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos.
- g) Se han supervisado los tratamientos (agua rociada e hielo, entre otros) que garanticen el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión del hielo.
- 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.

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:

- a) Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementen la atención y captación del cliente.
- b) Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.

- c) Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los diferentes objetivos comerciales.
- 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.
- e) Se han presentado al cliente catas de alimentarios con el fin de dar a conocer nuevos productos o marcas.
- 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.
- g) Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.

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:

- 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.
- b) Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de videos clips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.
- c) Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética, en función del elemento decorativo o informativo a ubicar.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

Duración: 120 horas.

Contenidos:

a) Organización de la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta:

- Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Condiciones establecidas para la ubicación. Normativa vigente.
 - Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta.
- Elementos internos y externos: cartelería y expositores, soportes audiovisuales y de telefonía móvil, acciones de demostración de preparación de alimentos.
- La ambientación del punto de venta y sus efectos:

Condicionantes de la iluminación.

- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta.
- 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.

b) Supervisión de la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta:

- Programación de reposición de productos no perecederos. Estacionalidad y caducidad. Rotación de productos. Lineales, góndolas y expositores.
- Criterios comerciales de diseño y decoración de puntos de venta. Distribución de productos.
- Supervisión de la colocación de elementos visuales en lineales y puntos de venta. Operatividad.
- Control de accesibilidad a los productos no perecederos del lineal. Identificación y visibilidad de marca y etiquetado. Reglas de implantación.
- Cartelería: informativa, de ofertas y promociones.
- Agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales. Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de los clientes.
- Sistemas de reparto del lineal Funciones y tipos del lineal: óptimo y mínimo. Tiempos de exposición.
- Surtido de productos alimentarios no perecederos. Caracterización. Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido según anchura, profundidad, coherencia, notoriedad y esencia, entre otros.
- Umbral de supresión de referencias.
- Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación. Control de calidad y rendimiento de ventas.

c) Supervisión de la exposición de productos frescos en mostradores y vitrinas:

- Productos frescos y su colocación expositores y mostradores. Rotación y reposición. Normativa higiénico-sanitaria.
- Productos cárnicos. Criterios de colocación: Despiezado, procedencia y categoría, entre otros.
- Productos perecederos. Localización y adquisición. Agrupación en mostradores y armarios. Familias de productos. Elementos de animación: Móviles y visuales.
- Supervisión de limpieza y tratamiento de armarios y cámara frigoríficos. Mobiliario. Mostradores, armarios y cámaras frigoríficas. Tipos.
- Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto. Control de temperatura.
- Colocación de los productos en mostradores y vitrinas: Efectos psicológicos y sociológicos.
- Supervisión del aspecto visual y organoléptico de los productos frescos. Tratamientos de los productos en los mostradores: agua rociada, hielo y otros.
- Transporte de suministros a expositores. Tipos.

d) Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:

- Técnicas de Incentivación de ventas. Acciones promocionales. Necesidades comerciales y presupuesto.
- Valoración del resultado de las acciones promocionales. Objetivos comerciales.
- Presentación de ofertas de productos alimentarios. Vales descuento. Normativa de protección del consumidor. Documentación básica.
- Presentación de catas de nuevos productos y marcas. Tipos, objetivos y planificación.
- Programación de la difusión de música ambiental. Ofertas de productos. Criterios de horario y afluencia.
- Captación de clientes. Iluminación de sectores de productos.

e) Determinación del montaje de elementos atractivos y publicitarios en espacios de venta de productos alimentarios.

- Agrupación de alimentos: Sectores, zonas frías y calientes. Elementos de decoración, publicitarios y cartelería. El reclamo comercial a través del diseño del escaparate.
- Animación a la venta. Emisión de videos, clips publicitarios y demostrativos.
- Diseño y decoración de puntos de venta.
- Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación.
- Cartelería y señalética.
- Creación de mensajes visuales. Técnicas de diseño de mensajes visuales: Programas ofimáticos. Armonización forma, textura y color

- Supervisión de montaje de elementos decorativos. Legislación sobre prevención de riesgos laborales. Seguridad de clientes y trabajadores.
- Composición y montaje de elementos ornamentales y carteles en escaparates y expositores. Criterios estéticos y comerciales.
- Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.
- Requisitos para obtener una denominación de origen.
- Conocimiento, promoción y difusión de los productos con denominación de origen de Castilla-La Mancha.
- Promoción y difusión de los productos con denominación de origen manchega en las principales ferias alimentarias, nacionales e internacionales.

Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.

Código: 1609

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- 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 determinado los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa.
- e) Se han establecido las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados.
- 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.

2. Supervisa la transmisión de información comercial al cliente, estableciendo protocolos de atención comercial y valorando las funciones, técnicas y actitudes a desarrollar.

Criterios de evaluación:

- 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.
- b) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.
- c) Se han establecido protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.
- d) Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.
- 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).
- f) Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.
- g) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).
- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.
- b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias 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.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han buscado y seleccionado los proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.
- b) Se ha establecido el seguimiento automático y la actualización de bases de datos de proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores.
- c) Se han establecido los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.
- d) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- e) Se han negociado ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad.
- f) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa.
- g) Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.
- b) Se ha valorado los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.
- c) Se han valorado las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.
- 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.
- e) Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.

f) 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.

g) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.

Duración: 130 horas.

Contenidos:

a) Determinación de líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios:

- Organización del departamento de ventas del comercio alimentario. Imagen de marca, producto, tipo de cliente y objetivos comerciales.
- Factores que condicionan la organización de las ventas en comercios alimentarios.
- Personal de venta: Determinación del tamaño del equipo. Funciones y responsabilidades. Motivación.
- Planificación de las ventas. Objetivos y acciones. Plan de atención comercial. Fases del proceso de venta.
- Acciones de formación, motivación y promoción del personal del comercio alimentario. Objetivos.
- Elaboración del argumentario de ventas. Puntos fuertes y débiles. Tipo y comportamiento del cliente.

Manual del personal de venta: información interna, externa, comercial.

Argumentario: objetivos, contenido y estructura.

- Protocolo de atención al cliente: Quejas y reclamaciones. Normativa de atención del consumidor.
- Mejora de la atención comercial. Retroalimentación

b) Supervisión de la transmisión de información comercial al cliente.

- Supervisión de protocolos de atención al cliente. 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.
- Habilidades de comunicación.
- Ética Profesional y atención al cliente.
- La informática en las comunicaciones no verbales.
- Protocolos de recepción de clientes. Técnicas de utilización e interpretación de la comunicación no verbal: expresiones, gestos, posturas, movimientos e imagen personal.
- 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.
- Valoración de la atención al cliente. Tiempo de dedicación y espera.

c) Atención de reclamaciones y sugerencias del cliente en comercios alimentarios.

- Protocolo de devoluciones, sugerencias, quejas y reclamaciones. Cumplimentación de documentación y tramitación. Organismos públicos de protección a la persona consumidora. Entidades privadas de defensa del consumidor. Competencias.
- Derechos del consumidor. Normativa sobre reclamaciones.
- 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.
- Valoración de las consecuencias administrativas de la mala gestión de una reclamación.
- Valoración de sugerencias e incidencias de las quejas y reclamaciones. Retroalimentación.

d) Gestión de la atención comercial con los proveedores.

- Busca y selección de proveedores. Criterios de selección. Factores comerciales: Proximidad, variedad, calidad de productos, precio y operatividad, entre otros. Proceso de negociación con los proveedores. Etapas y preparación de la negociación.
- Establecimiento y actualización de bases de datos de proveedores de productos alimentarios.
- Canales y procedimientos de comunicación con proveedores: ofimáticos y tradicionales.
- Gestión de pedidos de productos alimentarios con los proveedores. Suministros. Comunicación y documentación.
- Negociación de ofertas de suministros. Técnicas de negociación y fases.
- Valoración de proveedores de productos alimentarios.
- Gestión interdepartamental de los acuerdos obtenidos con los proveedores. Protocolos de comunicación interna.

e) Valoración de la eficacia del servicio de atención comercial:

- Establecimiento de los estándares de calidad. Atención comercial en negocios alimentarios.
- Técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Técnicas de fidelización del cliente. Empatía y asertividad.
- Valoración del servicio.
- Valoración de incidencias en el comercio alimentario. Estrategias y criterios y métodos de mejora.
- Gestión de incidencias y reclamaciones. Clasificación y posibles tratamientos.
- Control de calidad del servicio de atención comercial. Métodos y herramientas y utilización de programas informáticos adecuados para cuantificar y analizar los datos obtenidos.
- Valoración de la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones. Formas y plazos de resolución de quejas. Contraste de resultados.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. Promociones y regalos.
- Entrega a domicilio de los productos adquiridos, protocolo de actuación: recogida de los productos, conservación hasta su entrega en el domicilio del cliente y entrega correcta.
- Valoración de la satisfacción de los clientes. Servicios, productos ofertados y prestaciones.

Módulo Profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.

Código: 1610

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- a) Se ha establecido los requisitos higiénico-sanitarios que deben cumplir los equipos, utillaje e instalaciones de manipulación de alimentos.
- 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.
- c) Se ha planificado los tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD).
- d) Se han organizado las frecuencias de limpieza establecidas por la normativa.
- e) Se ha supervisado y comprobado la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en el comercio alimentario.
- f) Se ha supervisado el registro de la información relevante e incidencias detectadas o subsanadas del plan de limpieza y de desinfección.
- g) Se ha verificado que las medidas correctivas propuestas subsanan las incidencias detectadas.
- h) Se han evaluado los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.

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.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha documentado y trazado el origen, las etapas del proceso y el destino del alimento.
- b) Se han realizado los controles que identifican los peligros potenciales (físicos, químicos y biológicos) y que pueden aparecer en cada etapa del proceso.
- c) Se han detectado los peligros que determinan los puntos críticos de control y el límite crítico.
- d) Se han establecido las medidas de control y las acciones correctivas que aseguren la seguridad del sistema.
- 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).
- f) Se han relacionado el contenido de las guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental con su uso en el comercio.
- g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario.

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:

- 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.
- b) Se han establecido las medidas preventivas que garanticen la inocuidad de los alimentos a través de controles higiénico-sanitarios.
- c) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos y en su caso modificado las conductas inadecuadas.
- 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.
- 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.
- f) Se han valorado las aportaciones del personal del establecimiento comercial, aplicando las propuestas de mejora relativas a las condiciones higiénico-sanitarias.
- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial, atendiendo a su clase, clasificación y transporte entre otros.
- 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.
- 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.
- d) Se ha controlado la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.

- 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.
- f) Se ha supervisado la aplicación de las técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos.
- g) Se han controlado las no-conformidades y las acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.
- 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.

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:

- 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.
- b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas del y sección de venta pertinente.
- c) Se ha determinado el estado de los productos frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura, color, tamaño, aspecto visual y madurez, entre otros.
- 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.
- e) Se ha valorado el estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades (diabetes, hipertensión e hipercolesterolemia, entre otros) alergias alimentarias e 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.
- f) Se ha determinado el estado de los productos no perecederos atendiendo al estado del envasado, y fechas óptimas de consumo.
- 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.
- 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.

Duración: 130 horas.

Contenidos:

- a) Elaboración, realización y seguimiento de planes de limpieza de los equipos, utillaje e instalaciones utilizados en comercios alimentarios.
 - 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).
 - Planificación y tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD). Frecuencia y normativa.
 - Supervisión y comprobación de la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de equipos e instalaciones.
 - Peligros sanitarios asociados al mal uso o utilización inadecuada de productos de limpieza.
 - Documentación asociada a los planes de limpieza, desinfección, desratización, y desinsectación: Supervisión del registro de incidencias del plan de limpieza y desinfección.
 - 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.
 - Características de los tratamientos DDD. Productos utilizados y condiciones de empleo.
 - Procedimientos para la recogida y retirada de residuos.

b) Establecimiento de sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basado en el APPCC y control de la trazabilidad.

- Documentación y trazabilidad del alimento a comercializar. Origen, etapas y destino. Características, relación y procedimientos de aplicación.
- Controles de peligros potenciales: físicos, químicos y biológicos. Detección de peligros y medidas de prevención.
- Principios del sistema de autocontrol.
- Puntos críticos de control. Límite crítico.
- Establecimiento de medidas de control y acciones correctivas. Seguridad del sistema.
- Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario: BRC, IFS, UNE -EN ISO 9001:2000, UNE -EN ISO 22000: 2005. Análisis e interpretación.
- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.
- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APCC.

c) Establecimiento y supervisión de las condiciones higiénico-sanitarias en la manipulación de alimentos y de los peligros asociados a los malos hábitos higiénicos.

- Manual de calidad. Documentación. Reducción, reutilización y reciclado.
- Procedimientos en la manipulación de alimentos. Aplicación de normativa higiénico-sanitaria.
- Establecimiento de medidas preventivas. Controles higiénico-sanitarios.
- Protocolos de actuación frente a alertas sanitarias. Medidas preventivas de higiene personal y vestuario. Normativa básica.
- Protocolo de actuación frente a contaminaciones cruzadas. Riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario. Identificación del punto crítico o lote origen de la alteración.
- Condiciones higiénico-sanitarias. Propuestas de mejora y aportaciones del personal.
- Protocolo de recogida de muestras testigo. Método, identificación, características de la muestra. Recipientes. Tiempo de conservación de la muestra.

d) Gestión del tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva.

- Normativa europea, nacional y autonómica en materia de recogida de residuos.
- Descripción de los residuos generados y sus efectos ambientales.
- Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte.
- Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos: manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.
- Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento. Contenedores de SANDACH.
- Supervisión de las técnicas de recogida de productos caducados. Tratamiento y gestión. Clasificación y eliminación de residuos.
- Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos. Parámetros de control.
- Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

e) Establecimiento de los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuesto para la venta.

- Planificación y verificación de las acciones de calidad según productos alimentarios: frescos, perecederos, sostenibles y ecológicos.
- Acciones de no conformidad. Condiciones, ofertas y sección de ventas.
- Determinación del estado de los productos frescos. Condiciones organolépticas.
- Determinación del estado de los productos sostenibles: de comercio justo y de gourmet.
- 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 huevo, entre otras). Fecha de caducidad, consumo preferente y el tipo de envasado. Etiquetado de productos. Etiquetado de informe nutricional. Componentes: descriptores genéricos, propiedades saludables y alérgenos.

- Determinación del estado de los productos no perecederos: envasado, y fechas óptimas de consumo.
- Determinación y comprobación del estado de bebidas y licores: color, textura, aspecto visual, añada, temperatura, entre otros.
- Valoración de la calidad de los productos alimentarios. Satisfacción del cliente. Criterios comerciales.

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

Código: 1611

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. 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:

- a) Se ha comprobado el estado de los productos cárnicos, atendiendo a su aroma y color.
- 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.
- 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.
- d) Se han relacionado los distintos tipos de corte de piezas y derivados cárnicos con su posterior uso o aplicación.
- e) 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.
- f) Se han dispuesto las piezas de carne y derivados cárnicos en mostradores y expositores, garantizado su conservación, frescura y atractivo visual.
- g) Se ha supervisado el envasado del producto y derivado cárnico en función de sus características y requerimientos del cliente.
- h) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de carnicería.
- 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.

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:

- a) Se ha comprobado el estado de los pescados frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura y color, entre otros.
- 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.
- 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.
- d) Se han dispuesto los pescados y mariscos en mostradores y expositores, aplicando hielo y aspersores de agua, garantizado su conservación, frescura y atractivo visual.
- 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.

- g) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de pescadería.
- 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.

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:

- a) Se ha comprobado el estado de frutas y verduras atendiendo a criterios de tamaño, madurez y aspecto visual.
- b) Se ha supervisado la disposición de frutas y verduras en mostradores, expositores y bandejas, según su estacionalidad, calidad y calibre, entre otros.
- c) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de frutas y verduras.
- 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.
- e) Se han supervisado la exposición de piezas de frutas y verduras de forma que garantice sus propiedades y conservación.
- f) Se han envasado las frutas y verduras, en función de sus características y requerimientos del cliente.
- 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.

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:

- a) Se ha supervisado la presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet en función de las características del producto.
- b) Se ha supervisado el corte del jamón de calidad de forma manual aplicando las técnicas adecuadas.
- 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.
- 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).
- e) Se ha asesorado sobre las características de vinos de calidad en función de su origen, añada, variedades de uva y maridaje, entre otros.
- f) Se ha asesorado sobre las características de quesos (fragilidad, densidad, dureza y cremosidad, entre otros), posibilidades de consumo y destino culinario.
- g) Se ha asesorado sobre otros productos gourmet (caviar, ahumados, ventresca, salazones, algas, caldos, fumét, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- 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.
- c) Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.
- d) Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- e) Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.

- f) Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.
- g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- 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.

Duración: 170 horas.

Contenidos:

a) Supervisión y obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos.

- Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.
- Herramientas y maquinaria de corte de piezas cárnicas y de charcutería:

Tipos, características y usos.

- Técnicas de deshuesado y despiece de canales y piezas cárnicas. Unidades comerciales:

Ternera blanca.
Ternera.
Añojo.
Novillo.
Cebón.
Vacuno mayor.
Vaca.
Toro.
Buey.

- Despiece de vacuno:

Categoría comercial de las distintas piezas cárnicas.
Despiece selectivo de las mismas.
Fileteado y troceado.
Indicaciones culinarias.

- Técnicas de corte de carne vacuna:

Solomillo.
Rosbif.
Chuletón.
Entrecot.
Redondo.

-Despiece del ovino y caprino:

- Categoría comercial de las distintas piezas.
- Despiece selectivo de las mismas.
- Troceado.
- Indicaciones culinarias.

- Técnicas de deshuese, despiece y fileteado de porcino:

Chuleta.
Lomo.
Solomillo.
Costillar.
Paleta.
Jamón.

- Deshuese, despiece y fileteado de aves y caza:

- Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos: Carne picada, adobada y salchichas frescas. Destino culinario y características del animal.
 - Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario.
 - Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual.
 - Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados.
- Características y requerimientos del cliente. Métodos de envasado y empaquetado.
- Preparación de productos cárnicos y de charcutería. Productos de charcutería:

Embutidos.
Fiambres.

- Embutidos. Utilización de cortadoras de embutidos.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

b) Supervisión y obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos:

- 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, viscerado y desespinado.
- Obtención de porciones de pescado. Destino culinario y tipos de pescados.
- 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.
- Herramientas de corte de pescados:

Tipos, características y uso.

- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

c) Supervisión y elaboración de bandejas de frutas y verduras:

- Identificación y Comprobación de frutas y verduras: tipos, características, calibre, calidad, estacionalidad, estado de conservación, condiciones.
 - Supervisión de la exposición de frutas y verduras en mostradores expositores y bandejas. Estacionalidad, calidad y calibre. Propiedades y conservación.
 - Supervisión de la presentación y troceado de frutas y verduras.
 - Elaboración de bandejas. Procedimientos de corte y troceado.
- Características y requerimientos del cliente.
- Envasado de frutas y verduras.
 - Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias.

d) Preparación y asesoramiento de productos alimentarios.

- Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet.
- Características. Asesoramiento.
- Técnicas de corte: manuales y mecánicas. Jamones de calidad.
 - Técnicas de troceado y corte de quesos. Características.
 - Supervisión de la elaboración de tablas de quesos, jamones y embutidos. Denominaciones de origen. Características: aroma, sabor y picor.
 - Asesoramiento sobre vinos. Calidad, añada, variedades de uva y maridaje.
 - Asesoramiento sobre quesos. Características: fragilidad, densidad, dureza y cremosidad. Destino culinario.
 - Asesoramiento sobre productos gourmet. Tipos: caviar, ahumados, ventresca y salazones. Origen y destino culinario.
 - Asesoramiento sobre encurtidos. Identificación, manipulación y conservación.

e) Realiza el etiquetado de productos frescos:

- Normativa específica sobre el envasado de productos frescos.
- Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios. Equipos. Información obligatoria y complementaria.
- Trazabilidad.
- Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.
- Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto.
- Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.
- Medidas de seguridad y limpieza.

Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.

Código: 1612

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- 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.
- b) Se ha verificado la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos comprobando la documentación y etiquetado de los mismos.
- 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.
- 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.
- e) Se han comprobado la caducidad de los productos alimentarios transportados por los medios de transporte externo utilizados.
- f) Se ha establecido el procedimiento a seguir en la gestión de devolución de mercancías a empresas proveedoras.
- g) Se ha supervisado el registrado informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.

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:

- a) Se ha establecido la zonificación de almacenes en función de las características de los alimentos, bien sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.
- b) Se ha establecido el protocolo de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas, equipamiento y utillajes, aplicando la normativa de prevención de riesgos.
- c) Se ha supervisado la utilización de la maquinaria de transporte interno utilizada en comercios alimentarios, relacionándolos con la mercancía a transportar y uso.
- 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.
- 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.
- f) Se han establecido las señalizaciones de un almacén atendiendo a su finalidad y seguridad.

g) Se ha relacionado la influencia de temperatura, orden y limpieza de un almacén de comercios alimentarios, con los productos a almacenar.

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:

- a) Se ha supervisado la operación y maniobra de los equipos empleados para el embalaje y paletizado de productos alimenticios.
- b) Se han especificado el procedimiento de los envíos a domicilio, la venta online, u otras asociadas a la expedición de productos.
- 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.
- d) Se han determinado las características y requerimientos de la documentación asociada a la expedición de mercaderías.
- 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.
- f) Se ha supervisado el seguimiento de la expedición de alimentos mediante el uso de aplicaciones online y telefónicas.
- g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución de un producto expedido.
- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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
- b) Se ha mantenido el registro del inventario del almacén utilizando aplicaciones informáticas específicas.
- c) 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.
- d) Se han valorado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de compras previstas y reales.
- e) Se han calculado el ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.
- f) Se han valorado las existencias del almacén según los métodos vigentes establecidos en la normativa.
- 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.

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:

- a) Se han establecido las tareas y funciones que realiza el personal en un almacén de productos alimentarios.
- b) Se han elaborado cronogramas de las operaciones habituales del almacén.
- c) Se han valorado las necesidades de formación del personal del almacén.
- d) Se han previsto medidas ante las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén de productos alimentarios.

- 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.
- f) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimenticios.
- g) Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.

Duración: 170 horas.

Contenidos:

- a) Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario.
 - Procedimiento de revisión de pedidos. Cantidad, plazo de entrega, calidad y precio
 - Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios.
 - Comprobación de la documentación y etiquetado. Documentación asociada: pedido y albarán.
 - Transporte de mercancías. Medios de transporte: clasificación, características y condiciones de salubridad. Condiciones de transporte de los productos alimentarios: temperatura, embalaje, higiene y otras
 - Comprobación del estado del embalaje y temperatura de los productos transportados.
 - Valoración de calidad de los productos alimentarios recepcionados. Condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
 - Comprobación de la caducidad de los productos transportados.
 - Gestión de devoluciones de productos alimentarios a proveedores.
 - Supervisión del registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.

- b) Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias:
 - Zonificación de almacenes. Características de los productos: Conservación y refrigeración.
 - Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. Equipamiento y utillajes.
 - Supervisa maquinaria, equipos y útiles de almacén. Productos pesados.
 - Clases de mercancías almacenadas.
 - Codificación de las mercancías.
 - Criterios de conservación. Ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios.
 - Criterios de seguimiento de los productos alimentarios en el almacén.
 - Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad.
 - Paletización de mercancías
 - Condiciones de almacenamiento:
 - Ubicación en función de conservación y consumo.
 - Condiciones de temperatura, orden y limpieza.

- c) Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios:
 - Supervisión de equipos de embalaje y paletizado de productos alimentarios.
 - Alternativas en la atención de envíos: a domicilio y venta online.
 - Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuida a domicilio. Pedidos de productos alimentarios. Técnicas y materiales de embalaje. Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria. Documentación asociada: órdenes de pedido.
 - Supervisión de los medios de transporte utilizados y expedición de productos alimentarios:
 - Tipos: envíos a domicilio, venta online, y otros.
 - Tareas del personal que intervienen en la expedición.
 - Control de envíos, trazabilidad y cadena del frío.
 - Calidad y seguridad alimentaria. Control de calidad.
 - Registro de la documentación.

- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos.

- Sistemas informáticos de ubicación y seguimiento de mercancías en el almacén. Seguimiento de envíos. Medios electrónicos. EDI.
- Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales.

d) Gestión de almacén de productos alimentarios:

- Elaboración y actualización de inventarios: valoración de existencias, criterios de valoración, y métodos de valoración: FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión.
- Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas.
- Cálculo de stocks:

Seguridad, óptimo y mínimo.

Pérdidas: conocida y desconocida.

Merma: natural por deshidratación, física por deterioro, y por caducidad.

- Tipos de stocks: en función de la demanda, rotación del producto, estacionalidad y capacidad del almacén
- Valoración de desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis.
- Cálculo del ratio de rotación de stocks de productos alimentarios.
- Suministro de productos.
- Programación de suministros. Estacionalidad, periodos de demanda y evolución de la actividad.

e) Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario:

- El departamento de logística.
- Organización de tareas y funciones del personal de almacén. Puestos de trabajo.
- Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén. Tipos y características.
- Relaciones y protocolos de comunicación del almacén con otros departamentos del comercio alimentario.
- Valoración de necesidades de formación del personal de almacén.
- Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes. Manipulación de mercancías. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén. Condiciones de seguridad de las instalaciones del almacén.
- Gestión de residuos y SANDACH en almacén. Normativa de seguridad e higiene en el almacén.

Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.

Código: 1613

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- Se ha aplicado al comercio electrónico la estructura y contenido de un plan de marketing, adaptándolo a la planificación y necesidades de la empresa.
- Se han seleccionado los agentes que intervienen en los canales de distribución online, en función de sus características y operatividad.
- Se han establecido distintas estrategias de comercio electrónico, determinadas en el plan de marketing.
- Se ha posicionado el comercio alimentario online en buscadores, servidores de aplicaciones de mapas o de geolocalización, y en buscadores de comparación de precios.
- 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.
- 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.
- Se ha estimado el coste de acciones de marketing online según el presupuesto establecido de la empresa.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido la estructura básica del comercio alimentario online y sus elementos, relacionándolos con la actividad comercial a la que se destinan.
- b) Se ha integrado el comercio alimentario online en un comercio físico ya existente.
- 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.
- d) Se ha creado una web de comercio alimentario, adaptándola al público al que va dirigido y a los sistemas de acceso virtual.
- e) Se han alojado los archivos componentes del sitio web en servidores propios o ajenos, según criterios de operatividad.
- f) Se ha seleccionado plataformas de código abierto, plantillas y diseños acordes con el negocio alimentario de la tienda online.
- g) 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.
- h) 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.
- i) Se han definido las medidas requeridas para las transacciones seguras, aplicando la legislación vigente en materia de protección del consumidor.

3. Gestiona la recepción de pedidos, su entrega y cobro, elaborando presupuestos, distribuyendo productos y realizando el seguimiento bancario.

Criterios de evaluación:

- a) Se han recepcionado los pedidos online atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- f) Se ha diseñado una estrategia de reembolsos, atendiendo a devoluciones del cliente o errores en la entrega.
- 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.
- h) Se ha comprobado que las ventas realizadas a través de intermediarios se han cobrado de acuerdo a las condiciones pactadas.

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:

- 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.
- b) Se han elaborado fichas de productos y catálogos electrónicos y posicionados en web de comparación de precios, facilitando su lectura y comprensión.

- c) Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- d) Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.
- 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.
- f) Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.
- g) Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.
- h) Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.

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:

- 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.
- 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.
- c) Se ha relacionado los ratios principales de análisis del retorno de inversiones en publicidad online con el resultado de las ventas del comercio electrónico alimentaria.
- d) Se ha valorado la satisfacción de las personas compradoras online, calculando la tasa de fidelización.
- 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.
- f) Se han valorado los medios de pago utilizados, atendiendo a las características de la tienda online de alimentación y los gastos bancarios generados.
- 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.

Duración: 170 horas.

Contenidos:

a) Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios:

- Planes de marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control, seguimiento.
- Selección de agentes. Canales de distribución online. Características y operatividad.
- Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas o de geolocalización y comparadores de precios.
- Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.
- Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. Segmentación del mercado.
- Venta y comercialización a través de Internet: beneficios como herramienta de negocio.
- Economía digital. Evolución: dispositivos móviles u otros.
- Presupuesto y estimación de costes de una página web.

b) Constitución de una tienda online de productos alimentarios:

- Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen.
- Integración en comercios online en comercios físicos.
- Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro. Creación de empresas de estudiantes:

Transacciones económicas
Emisión de facturas.
Apertura y mantenimiento de cuentas bancarias.
Plantillas y diseño de una tienda virtual.
Sitios de venta.
Legislación.

- Constitución de una web de productos alimentarios. Características.
Diseño: responsable, amigable y usable. Condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.
- Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos. Plataformas de códigos abiertos.
- Instalación de dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales.
- Establecimiento de medidas de seguridad. Legislación. Protección del consumidor. Transacciones seguras.

c) Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro.

- Recepción de pedidos: orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas. Calidad y precio.
- Elaboración del presupuesto de pedidos.
- Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega.
- Documentos de acompañamiento de las mercancías.
- Inspección de los productos recepcionados y manipulación.
- Trazabilidad de los productos alimentarios recepcionados.
- Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad.
- Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío.
- Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega.
- Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.

d) Mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online:

- Concepto y uso de las intranets y extranets: similitudes y diferencias.
- Actualización de ficheros de la página web: nuevos productos, tendencias de mercado, promociones y gustos del cliente. Programas informáticos: de texto, imagen y sonido.
- Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos. Posicionamiento en la web.
- Escaparate web y catálogo electrónico.
- Transferencia y gestión remota de ficheros (FTP).
- Seguridad. Zonas y niveles de seguridad.
- Actualización y diseño de la página web. Mejora de enlaces. Eficiencia y rentabilidad comercial.
- Atención al cliente en tiempo real. Dispositivos electrónicos.
- Actualización de ficheros de clientes, productos y precios.
- Periodo de reflexión y de cancelación.
- Retroalimentación y acciones de mantenimiento.
- Filtro de suplantación de identidad.
- Privacidad.

e) Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario:

- Medidas de mejora de campañas publicitarias online, volumen de visitas y tráfico de ventas.
- Valoración del rendimiento de los indicadores del tráfico e impacto. Herramientas de análisis: Gratuitas y de pago.
- Relación y análisis de ratios: Inversiones, entorno y resultado de venta. Flujos de caja y rentabilidad de la tienda online.
- Valoración del catálogo online: Efectividad, eficiencia y motivación.
- Valoración de la satisfacción del cliente. Tasa de fidelización.
- Evaluación de la trazabilidad de la distribución. Planificación y modificación de rutas de reparto: recursos humanos, tiempo acordado y estado de entrega del producto.
- Gestión de la satisfacción.

- Control logístico de los productos alimentarios vendidos online.
- Evaluación de medios de pago online. Tipos, características y diferencias. Gastos bancarios.
- Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online: volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.
- Textos persuasivos: principios y técnicas de copywriting aplicado a anuncios de publicidad online.
- Modelos de negocio en internet (b2b, b2c, b2g, c2c)
- Análisis de la experiencia de usuario (UX) al Ecommerce.
- Ética en Internet, promoción de la intimidad y veracidad de la información en red.

Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.

Código: 1614.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- a) Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.
- b) Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.
- 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.
- 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.
- e) Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.
- f) Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.
- g) Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.

2. Confecciona folletos publicitarios para comercios alimentarios, utilizando plantillas de programas ofimáticos de edición y de diseño gráfico.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado la información que deben incluir los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño.
- b) Se ha editado la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- c) Se han maquetado folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.
- d) Se han realizado folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático.
- e) Se han elaborado carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición.
- f) Se ha adecuado la redacción de la información contenida en el material publicitario al mensaje a transmitir.
- g) Se han distribuido los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición.

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

Criterios de evaluación:

- 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.
- b) Se ha elaborado documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.
- c) Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientes y proveedores, empleando representaciones gráficas y texto.
- 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.
- 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.
- f) Se han introducido textos, códigos e imágenes relativas a productos alimentarios, utilizando aplicaciones ofimáticas de hoja de cálculo.
- g) Se han valorado inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.
- h) Se han presentado documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.

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:

- 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.
- b) Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
- c) Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.
- d) Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticas, haciendo amigable y atractiva su presentación.
- e) 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.
- f) Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.
- g) Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.

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:

- a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.
- b) Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.
- 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.
- d) Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.
- 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.

- f) Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.
- g) Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.
- h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.

Duración: 110 horas.

Contenidos:

a) Realización de materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes:

- Edición de textos comerciales alimentarios mediante aplicaciones informáticas.
- Importación y exportación de datos sobre productos alimentarios. Conversión de datos entre aplicaciones informáticas.
- Maquetación ofimática relativa al comercio alimentario: textos e ilustraciones, paginación. Elaboración de índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. Publicaciones online. Aplicaciones ofimáticas de maquetación.
- Presentación de diapositivas comerciales alimentarias. Presentaciones publicitarias. Tratamiento del texto. Estilo. Imágenes y sonidos libres de derechos. Aplicaciones ofimáticas de presentaciones.

Diseño de diapositivas: en blanco, de título, con objetos.

Transiciones: tipos, velocidad, sonido.

Animaciones. Efectos.

Integración de videos y sonidos libres de derechos.

- Elaboración de carteles y ofertas corporativas. Publicación vía impresión. Publicación y difusión online.
- Protección de materiales elaborados y protocolos de seguridad. Resolución de incidencias.

b) Confección de folletos publicitarios para comercios alimentarios.

- 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.
- Programas de edición de imágenes.
- Composición de imágenes de folletos de negocios alimentarios: contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- Maquetado de folletos y catálogos publicitarios. Organización del mensaje, proporción, equilibrio y simetría. Plantillas ofimáticas. Importación de textos e imágenes para su maquetación. Importación de imágenes libres de derechos. Edición: escalado, ajuste de color. Filtros y efectos. Salida de impresión. Resolución. Formatos. Tipos de compresión. Normativa de derechos de autor de imágenes y videos. Imágenes libres de derechos.
- Elaboración de carteles y ofertas comerciales. Criterios comerciales y de composición. Distribución de la información textual y visual en un folleto.

c) Elaboración documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos:

- Cálculo de datos de ventas y compras. Fórmulas de la hoja de cálculo: orden de preferencias. Referencias relativas, absolutas y mixtas. Funciones matemáticas, lógicas y estadísticas utilizadas en el comercio alimentario. Gráficos.
- Elaboración de documentos: stocks, productos, clientes y proveedores. Valoración de stocks, productos, clientes y proveedores. Representación de gráficos.
- 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.
- Formateo de celdas, filas, columnas y hojas de cálculo. Presentaciones de hoja de cálculo. Introducción de textos, códigos e imágenes.

- Valoración de costes financieros y de amortización de préstamos mediante hoja de cálculo. Representaciones gráficas a partir de cálculos numéricos.
- Presentación atractiva de documentos comerciales mediante hoja de cálculo. Publicación online.

d) Mantenimiento y actualización de bases de datos relacionados con la actividad comercial alimentaria:

- Elaboración de bases de datos ofimáticas relacionales, de clientes, productos y proveedores, entre otros. Tratamiento de la información. Modificación y actualización de datos.
- Creación, elaboración y actualización de registros de datos. Relaciones. Herramientas de gestión de las relaciones con el cliente a través de la nube (CRM).
- Realización de consultas. Acceso a la información. Presentación online: amigable y atractiva. Accesibilidad.
- Listas de datos relacionales: introducción, ordenación y validación de datos en una lista. Filtros de datos.
- Creación de formularios e informes. Formularios de toma de datos. Diseño, asistente, subformularios. Informes extraídos de las tablas de datos y de las consultas.
- Gestores de bases de datos.
- Elaboración de documentos a partir de bases de datos relacionales: consultas de datos de las tablas. Tipos de consultas. Selección, referencias cruzadas, acción, unión, búsqueda de duplicados, no coincidentes, parámetros y de totales.
- Aplicación de la normativa legal en materia de protección de datos en bases de datos.

e) Organización de la información y la documentación asociada a la actividad comercial.

- Determinación del sistema de clasificación, registro y archivo del comercio alimentario: online o físico. Condiciones específicas. Búsqueda y recuperación de archivos y registros.
- Organización de la documentación digital en función del pedido y el cliente. Facilidad de acceso. Técnicas de asistencia al usuario.
- Órdenes de pedidos del cliente. Gestión y comprobación. Productos alimentarios. Clientes. Forma de pago. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
- Gestión de aprovisionamiento: selección y registro de proveedores: elaboración y actualización.
- Gestión de libros de registro de entrada y salida en soporte informático: Documentos informáticos habituales, correspondencia y paquetería electrónica. Agenda y trazabilidad. Función de la agenda, instalación, configuración y personalización.
- Organización, archivo, fácil acceso y niveles de protección. Documentación fiscal y de tesorería. Aplicación de normativa de protección de datos y protección de documentos en el archivo.
- Tramitación telemática de la documentación fiscal y de tesorería:

La factura electrónica y los programas para crearla y gestionarla.

Gestión de tributos online.

Trámites online ante la Seguridad Social.

La Banca online.

Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.

Código: 1615.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Realiza actividades comerciales, económicas y monetarias, gestionando facturas y efectuando pagos.

Criterios de evaluación:

a) Se han efectuado transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias.

- 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.
- c) Se han gestionado las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago.
- d) Se han pagado las facturas, atendiendo a las condiciones pactadas con los proveedores.
- e) Se han realizado devoluciones a clientes, contabilizando la operación.
- 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.
- g) Se han supervisado la realización del cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.
- h) Se ha comprobado el arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- b) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos.
- 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.
- d) Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.
- e) Se ha supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente.
- f) 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.
- 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.

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:

- a) 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.
- b) Se han cumplimentado declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos.
- c) Se han valorado las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario.
- d) Se han realizado las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente.
- e) Se ha supervisado los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica.
- f) Se han realizado las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario.
- g) Se ha cumplimentado los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma requeridos.

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

Criterios de evaluación:

- 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.
- b) Se han realizado las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.
- 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.
- d) Se han calculado los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.
- e) Se han calculado los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.
- f) Se ha comprobado diariamente que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria.
- 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.

5. Supervisa el resultado económico de las ventas, controlando desviaciones y estableciendo acciones correctoras.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.
- b) Se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- g) Se han establecido métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.

Duración: 130 horas.

Contenidos:

- a) Realización de actividades comerciales, económicas y monetarias en un comercio alimentario:
 - Gestión de cuentas bancarias: Ingresos y pagos. Transacciones monetarias: físicas y online. Software de pago electrónico.
 - Banca electrónica: ventajas, barreras, procedimiento, y medidas de seguridad. El pago en efectivo. La transferencia bancaria.
 - 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. Facturas rectificativas.
 - Gestión de facturas de compras de productos alimentarios. Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas. Archivo. Asientos contables, tramitación y pagos.
 - Pago de facturas a proveedores. Condiciones pactadas. Gestión de impagados.
 - Contabilidad de devoluciones efectuadas a clientes. Abonos a clientes.
 - Proceso de anulación de operaciones de cobro y pago.

- Modificaciones en el terminal del punto de venta: de precios, cualidades del producto, ticket y facturas. Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros.
- Supervisión del cobro de mercaderías en el terminal del punto de venta.
- Comprobación del arqueo de caja y conciliación bancaria. Datos de cobros y pagos. Asientos de cierre. Vuelco en el programa informático.

b) Gestión y envío de pedidos de productos alimentarios:

- Gestión de pedidos a proveedores. Programa de pedidos. Formalización de la comunicación y documentación. Centrales de compra. Mayoristas y abastecimiento al por mayor.
- Determinación de fases y procedimientos en la recepción de compras: Proveedores y acuerdos establecidos. El contrato de suministro. Pliego de condiciones de aprovisionamiento. Solicitud de ofertas.
- Determinación de fases y procedimientos en la distribución y envío de pedidos. Preparación y envío. Clientes y acuerdos establecidos.
- Registro informático de documentación de recepción de pedidos.
- Supervisión de la documentación de pedidos: Órdenes de compra y pedido, albarán y carta de portes.
- La función logística en la empresa. Clasificación de pedidos. Planificación: rutas, repartos, fechas de recepción, de entrega y tipo de alimentos. Criterios.
- Determinación del procedimiento de devoluciones. Documentación. Condiciones acordadas y responsabilidad de las partes.

c) Supervisión de la gestión de impuestos y obligaciones fiscales asociados a las operaciones de compraventa en comercios alimentarios:

- 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.
- Elaboración de declaraciones y liquidaciones del IVA: Plazos establecidos.

Ámbito de aplicación.
 Hecho imponible.
 Devengo del impuesto.
 Tipos impositivos.
 Declaración-liquidación del IVA.
 Periodo de presentación.

- Los libros registro del IVA:

Libro de registro de facturas emitidas.
 Libro de registro de facturas recibidas.
 Declaraciones censales y declaración de operaciones con terceras personas.

- Los tributos online: las administraciones y la gestión de tributos online. Oficina virtual.
- Software de tramitación de impuestos. Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- 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). El Impuesto de Sociedades.
 - Modalidades de tributación. Obligaciones laborales asociada al comercio alimentario. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social. Solicitud de cuenta de cotización para la empresa. Trámites de Apertura del centro de trabajo. El impuesto de actividades económicas.
- Elaboración de libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario. Actualización de datos en tiempo y forma: Normativa.
- Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos.
- La contabilidad en la empresa
 - Las obligaciones contables de la empresa
 - El patrimonio de la empresa

Elaboración de libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario.

- Cuentas anuales para PYMES: Balance de Situación y Cuenta de pérdidas y ganancias.

d) Planificación de la tesorería del comercio alimentario:

- Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario. Análisis de las desviaciones sobre lo previsto: medidas para la gestión del déficit y del superávit.

- Realización de previsiones de tesorería. Cuenta de gastos e ingresos. Contingencias de la actividad comercial alimentaria. Análisis de las desviaciones producidas respecto a las previsiones.

- Cálculo de costes financieros. Riesgos de cobro en el comercio alimentario. Tipos de interés bancarios y amortizaciones. Créditos comerciales, aplazamientos de pago. Gestión de los impagos.

- Negociación de efectos comerciales.

Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.

Descuento racional y descuento comercial.

Sustitución de deudas. Vencimiento común y vencimiento medio.

Riesgos asociados.

- Gestión de los efectos impagados: reclamación, trámites y acciones a emprender.

- Cálculo de costes anuales de personal y seguridad social. Convenio sectorial del sector alimentario y tasas de cotización.

- Cálculo de gastos generales de suministro energético, seguros y equipamiento. Costes.

- Comprobación de ingresos de ventas. Relación ventas-ingresos.

Medios de pago Metálico y tarjetas bancarias Datáfono, móvil, sitios web tipo 'PayPal', y otros.

- Organización de documentos físicos y digitales de la compraventa de productos comercio alimentarios.

Libro de registro de facturas emitidas.

Libro de registro de facturas recibidas.

Declaraciones censales y declaración de operaciones con terceras personas.

e) Supervisión del resultado económico de las ventas en el comercio alimentario:

- Análisis de rentabilidad de las ventas de productos alimentarios.

Detección de productos obsoletos y productos poco rentables. Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

- El terminal de punto de venta como medio para estimar las compras. Precios de venta y margen de beneficio. Cálculo de rentabilidad

- Comportamiento de ingresos y gastos. Pprevisión de ventas. Tendencias.

- Planificación del control presupuestario. Problemas potenciales: identificación y gestión. Ratio de control de eficacia y acciones promocionales.

- 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. Causas internas y externas.

- 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. Incidencia en la implantación.

Módulo Profesional: Inglés.

Código: 0156

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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:

- 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 cotidiana.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se han identificado y resumido con claridad las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitido por los medios de comunicación y emitido 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.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los materiales de consulta y diccionarios técnicos.
- b) Se han leído de forma comprensiva textos sencillos y claros en lengua estándar.
- c) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del área profesional a que se refiere.
- e) Se ha identificado la terminología utilizada.
- f) Se han realizado traducciones de textos sencillos utilizando material de apoyo en caso necesario.
- g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax, entre otros.

3. Emite mensajes orales claros estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha comunicado utilizando fórmulas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones.
- d) Se han descrito hechos breves e imprevistos relacionados con su profesión.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado sentimientos, ideas u opiniones.
- g) Se han enumerado las actividades de la tarea profesional.
- h) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- i) Se ha justificado la aceptación o no de propuestas realizadas.
- j) Se ha argumentado la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- k) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora textos sencillos relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/ o profesionales.
- b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.
- c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.

- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento que va a elaborar.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesional 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.

Duración: 98 horas.

Contenidos:

a) Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:

Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

Terminología específica del área profesional 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. Funciones: 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.

b) Interpretación de mensajes escritos:

- Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.

- Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información específica necesaria para la realización de una tarea.

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:

Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

Terminología específica del área profesional, entre otros, del comercio. Análisis de los errores más frecuentes.

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.

Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.

Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

c) Producción de mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad.
- Terminología específica del área profesional 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. Finalidad: 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:

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.

Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, entre otros.

Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

d) Emisión de textos escritos:

- 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: Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax, entre otros.
- Terminología específica del área profesional 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.
- Coherencia textual:
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.

e) Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

- 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.
- 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.

Módulo Profesional: Formación y Orientación Laboral

Código: 1616

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

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:

- 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.
- b) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo, autoempleo, así como de inserción laboral para el Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se ha valorado la importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la búsqueda activa de empleo.
- g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- h) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, intereses, actitudes y formación propia para la toma de decisiones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
- i) Se han identificado las posibilidades del Técnico en Comercialización de productos alimentarios en las ofertas de empleo público de las diferentes Administraciones.
- j) Se han valorado las oportunidades del Técnico en Comercialización de productos alimentarios en un contexto global, así como las posibilidades de transferencia de las cualificaciones que lo integran, a través del principio de libertad de circulación de servicios en la Unión Europea.
- k) Se han identificado las habilitaciones especiales requeridas para el desempeño de determinadas actividades profesionales en el sector del comercio alimentario.

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:

- 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, frente al trabajo individual.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han identificado las fases que atraviesa el desarrollo de la actividad de un equipo de trabajo.
- d) Se han aplicado técnicas de dinamización de grupos de trabajo.

- e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces mediante la adecuada gestión del conocimiento en los mismos.
- f) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- g) Se ha descrito el proceso de toma de decisiones en equipo, valorando convenientemente la participación y el consenso de sus miembros.
- h) Se ha valorado la necesidad de adaptación e integración, en aras al funcionamiento eficiente de un equipo de trabajo.
- i) Se han analizado los procesos de dirección y liderazgo presentes en el funcionamiento de los equipos de trabajo.
- j) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- k) Se han identificado los tipos de conflictos, etapas que atraviesan y sus fuentes.
- l) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.
- m) Se han analizado las distintas tácticas y técnicas de negociación, tanto para la resolución de conflictos como para el progreso profesional.

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:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo y sus normas fundamentales.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores y las fuentes legales que las regulan.
- c) Se han diferenciado las relaciones laborales sometidas a la regulación del estatuto de los trabajadores de las relaciones laborales especiales y excluidas.
- d) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- e) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- f) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida personal, laboral y familiar.
- g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- h) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- i) Se han analizado los elementos que caracterizan al tiempo de la prestación laboral.
- j) Se han determinado las distintas formas de representación de los trabajadores para la defensa de sus intereses laborales.
- k) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- l) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- m) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.
- n) Se han identificado los principales beneficios que las nuevas organizaciones han generado a favor de los trabajadores.

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:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social especialmente el régimen general y en el régimen especial de trabajadores autónomos.

- d) Se han identificado las obligaciones de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador o trabajadora y las cuotas correspondientes a trabajador o trabajadora y empresario o empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

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:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador y de la trabajadora.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo ligados a condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales en la actividad, así como los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- e) Se han definido las distintas técnicas de motivación y su determinación como factor clave de satisfacción e insatisfacción laboral.
- f) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- g) 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.
- h) 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.

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:

- a) Se ha identificado la normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han descrito las funciones específicas de nivel básico en prevención de riesgos laborales.
- c) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales, así como las responsabilidades derivadas del incumplimiento de las obligaciones preventivas.
- d) 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.
- e) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.
- h) 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.
- i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.

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:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección, individuales y colectivas, que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación y transporte de personas heridas en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- 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.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 82 horas.

Contenidos:

1. Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- La Formación Profesional para el empleo.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- Análisis de las competencias profesionales del título de Técnico en Comercialización de productos alimentarios.
- Habilitaciones especiales y posible regulación de las profesiones en el sector.
- Planificación de la propia carrera profesional. Polivalencia y especialización profesional.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector. Principales yacimientos de empleo y de autoempleo en el sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- Las ofertas de empleo público relacionadas con el sector.
- El proceso de toma de decisiones.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje. - Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización, frente al trabajo individual.
- Equipos en el sector del comercio alimentario según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes. Dirección y liderazgo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Tipos de conflicto en la empresa.
- La negociación en la empresa.

3. Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo. Conceptos generales y normas fundamentales.
- Intervención de los poderes públicos en las relaciones laborales. La protección del trabajador.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario y tiempo de trabajo. Conciliación de la vida laboral y familiar.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras.

- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y trabajadoras y empresarios y empresarias.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en Comercialización de productos alimentarios
- Conflictos colectivos de trabajo: identificación y mecanismos para evitarlos.
- Nuevas formas de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, etc.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

- El Sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social. Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social. Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad laboral.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.
- El concepto de riesgo profesional. 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. La motivación como factor determinante de satisfacción e insatisfacción laboral.
- Riesgos específicos en el sector del comercio alimentario.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas. Estudio específico del accidente de trabajo y de la enfermedad profesional.

6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Normativa básica en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Protección de colectivos específicos.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Funciones específicas de nivel básico en prevención de riesgos laborales.
- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva.
- 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 empresa del sector.

7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.
- Formación a los trabajadores y a las trabajadoras en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Código: 1617.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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.

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:

- La disponibilidad personal y temporal necesaria 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.

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.

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.

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.

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.

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

- 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.
- 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.

Duración: 400 horas.

ANEXO III

Espacios y equipamientos mínimos

Espacios mínimos:

Espacio formativo.	Superficie m ² 30 alumnos o alumnas.	Superficie m ² 20 alumnos o alumnas.
Aula polivalente.	60	40
Taller 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 mínimos:

Espacio formativo.	Equipamiento.
Aula polivalente.	Ordenadores instalados en red. Conexión a Internet. Medios audiovisuales. Programas informáticos específicos del ciclo formativo.
Taller de tienda de alimentación	Ordenador integrado 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). - 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.

Espacio formativo.	Equipamiento.
Taller de almacén alimentario..	Ordenador integrado en la red Programas gestión de almacén de alimentos y logística. Esteras. Cámaras de conservación de alimentos. Fregaderos. Dispositivos para residuos Báscula Señalizaciones. Empaquetadora Cuarto de basura refrigerado.

BORRADOR