

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

CVE-2019-4471 *Orden ECD/35/2019, de 10 de mayo, por la 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 Cantabria.*

El artículo 28.1 de la Ley Orgánica 8/1981, de 30 de diciembre, por la que se aprueba el Estatuto de Autonomía para Cantabria, atribuye a la Comunidad de Cantabria 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 lo desarrollen.

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

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 6 bis, apartado 4, dispone que "En relación con la Formación Profesional, el Gobierno fijará los objetivos, competencias, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del currículo básico. Los contenidos del currículo básico requerirán el 55 por 100 de los horarios para las Comunidades Autónomas que tengan lengua cooficial y el 65 por 100 para aquellas que no la tengan. Así mismo, en su artículo 39.4, establece que el currículo de las enseñanzas de Formación Profesional en el sistema educativo se ajustará a las exigencias derivadas del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional y a lo establecido en el apartado 4 del artículo 6 bis de la citada Ley Orgánica".

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 8.3, que las Administraciones educativas tendrán en cuenta, al establecer el currículo de cada ciclo formativo, la realidad socioeconómica del territorio de su competencia, así como las perspectivas de desarrollo económico y social, con la finalidad de que las enseñanzas respondan en todo momento a las necesidades de cualificación de los sectores socio-productivos de su entorno, sin perjuicio alguno a la movilidad de los alumnos. Asimismo, dicho artículo establece que los centros de formación profesional desarrollarán los currículos establecidos por la Administración educativa correspondiente de acuerdo con las características y expectativas de los alumnos.

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 atribuye, en su artículo 10.2, a la Comunidad Autónoma de Cantabria la competencia para establecer el currículo respetando lo establecido en el citado Real Decreto.

En virtud de lo anteriormente expuesto, con el dictamen favorable del Consejo de Formación Profesional de Cantabria y de acuerdo con lo establecido en el artículo 35.f) de la Ley de Cantabria 5/2018, de 22 de noviembre, de Régimen Jurídico del Gobierno, de la Administración y del Sector Público Institucional de la Comunidad Autónoma de Cantabria,

DISPONGO

Capítulo I
Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto.

La presente Orden tiene por objeto establecer el currículo correspondiente al título determinado en el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, por el que se establece el título de Técnico

CVE-2019-4471

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

en comercialización de productos alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo, teniendo en cuenta las características socio-productivas, laborales y educativas de la comunidad autónoma de Cantabria.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

Lo dispuesto en la presente Orden será de aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Capítulo II

Currículo

Artículo 3. Currículo.

1. La identificación del título es la que se establece 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. El código que identifica este título para el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria es el siguiente:

Código: COMHOT202C.

2. Los aspectos del currículo referentes al perfil profesional, a la competencia general, a la relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, al entorno profesional y a la prospectiva del título en el sector o sectores, son los que se establecen en el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

3. Las competencias profesionales, personales y sociales, y los objetivos generales del presente currículo son los que se establecen en el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

4. La relación de módulos profesionales, así como sus correspondientes resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos y orientaciones pedagógicas que conforman el presente currículo son los que se establecen en el Anexo I de esta Orden.

5. El currículo se desarrollará en las programaciones didácticas de los distintos módulos profesionales. En su elaboración se incorporarán las tecnologías de la información y de la comunicación, la prevención de riesgos laborales, la cultura del respeto al medio ambiente, el cumplimiento de las normas de calidad, la innovación, el espíritu emprendedor, la igualdad de oportunidades y la excelencia en el trabajo.

Artículo 4. Duración y secuenciación de los módulos profesionales.

1. La duración total de las enseñanzas correspondientes a este ciclo formativo, incluido el módulo profesional de formación en centros de trabajo, es de 2000 horas.

2. Los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, son los siguientes:

a. Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.

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

1609. Atención comercial en negocios alimentarios.

1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.

1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.

1612. Logística de productos alimentarios.

1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.

b. Otros módulos profesionales

1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.

1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

1615. Gestión de un comercio alimentario.

1616. Formación y orientación laboral.

1617. Formación en centros de trabajo.

0156. Inglés.

3. Los módulos profesionales de este ciclo, cuando se ofertan en régimen presencial, se organizarán en dos cursos académicos y se ajustarán a la secuenciación y distribución horaria semanal determinados en el anexo II de esta Orden

Artículo 5. Formación en Centros de Trabajo.

1. Con carácter general se desarrollará durante el tercer trimestre del segundo curso y una vez alcanzada la evaluación positiva en todos los módulos del ciclo formativo.

2. Excepcionalmente, y con el fin de facilitar la adaptación del número de alumnos a la disponibilidad de puestos formativos en las empresas, aproximadamente la mitad de los alumnos del segundo curso podrán desarrollar dicho módulo durante el segundo trimestre, siempre y cuando hayan superado positivamente todos los módulos profesionales del primer curso.

3. En el mismo sentido la administración educativa podrá adoptar otros modelos de flexibilización del periodo de realización de la Formación en Centros de Trabajo durante los tres trimestres del segundo curso del ciclo formativo.

Artículo 6. Espacios y equipamientos.

Las características de los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional que impartan las enseñanzas que se establecen en esta Orden son las que se determinan en el Anexo III de esta Orden.

Artículo 7. Profesorado.

1. Las especialidades del profesorado de los Cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, con atribución docente en los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas establecidas para el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios así como las habilitantes a efectos de docencia son las recogidas respectivamente, en los anexos III.A) y III.B) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

2. Las titulaciones requeridas o habilitantes para la impartición de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas establecidas para el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas a la educativa, se concretan en el anexo III.C) y III.D) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

Artículo 8. Acceso a otros estudios, convalidaciones y exenciones.

El acceso a otros estudios, las convalidaciones y exenciones son los establecidos en el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

Artículo 9. Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.

La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, así como la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia, para su convalidación, exención o acreditación son las que se definen en los Anexos V A) y V B) del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

Capítulo III

Oferta y modalidad de estas enseñanzas

Artículo 10. Modalidad de estas enseñanzas.

1. Además de la enseñanza presencial, en sus modalidades completa, parcial o modular, podrá impartirse en régimen a distancia en los términos previstos en la disposición adicional segunda del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

2. Igualmente, de conformidad con la disposición adicional sexta de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, las enseñanzas a las que se refiere la presente Orden podrán impartirse en oferta combinada. La oferta combinada tendrá por objeto responder a las necesidades de compatibilizar la formación con la actividad laboral u otras actividades o situaciones. Supondrá la combinación de enseñanza presencial y a distancia simultáneamente y podrá llevarse a cabo siempre y cuando no se cursen los mismos módulos en las dos modalidades al mismo tiempo.

Artículo 11. Oferta para personas adultas.

1. Los módulos profesionales de este ciclo formativo asociados a unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales podrán ser objeto de una oferta modular destinada a personas adultas.

2. Con el fin de promover la formación a lo largo de la vida, la Consejería competente en materia de educación podrá autorizar la impartición de módulos profesionales organizados en unidades formativas de menor duración. En este caso, cada resultado de aprendizaje, con sus criterios de evaluación y su correspondiente bloque de contenidos, será la unidad mínima e indivisible de partición.

Capítulo IV

Adaptación del currículo

Artículo 12. Adaptación del currículo al entorno socio-productivo y educativo.

1. El currículo tiene en cuenta la realidad socioeconómica de la Comunidad Autónoma de Cantabria, así como las perspectivas de desarrollo económico y social.

2. Los centros educativos, en virtud de su autonomía pedagógica, desarrollarán el currículo establecido en la presente Orden mediante la elaboración de un proyecto curricular del ciclo formativo, de acuerdo con el entorno socio-productivo, cultural y profesional, así como a las características y necesidades de los alumnos, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten alguna discapacidad, en el marco del proyecto educativo del centro.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. Organización de la formación.

Excepcionalmente, de acuerdo con las necesidades de organización y metodología de la formación, tanto en la modalidad presencial, como semipresencial y distancia, la persona titular de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente podrá adaptar la organización a la que se refiere la presente Orden conforme a las características, condiciones y necesidades de la población destinataria.

Segunda. Capacitaciones y carnés profesionales.

1. La formación establecida en esta Orden en el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral, capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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. Los centros docentes certificarán la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales a todos los alumnos que hayan obtenido el título cuyo currículo se establece en la presente Orden, siguiendo para ello el modelo establecido en el anexo III de la Orden ECD/69/2012, de 15 de junio, por la que se regula el procedimiento para la certificación de la formación de nivel básico en prevención de riesgos laborales para alumnos que cursen Ciclos Formativos de Grado Medio o de Grado Superior de Formación Profesional Inicial en Cantabria.

2. Además de las capacitaciones establecidas anteriormente y las que determina el del Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, se adquirirá cualquier otra que sea regulada por las Administraciones Públicas competentes.

Tercera. Referencias de género.

Las menciones genéricas en masculino que aparecen en esta Orden, se entenderán referidas también a su correspondiente femenino.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Única. Implantación de estas enseñanzas.

1. En el curso 2019-2020, se implantarán las enseñanzas correspondientes al primer curso del ciclo formativo cuyo currículo establece esta Orden.

2. En el curso 2020-2021, se implantarán las enseñanzas correspondientes al segundo curso del ciclo formativo cuyo currículo establece esta Orden.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Única. Derogatoria de normas.

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo dispuesto en la presente Orden.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Desarrollo normativo.

La persona titular de la Dirección General competente en materia de Formación Profesional podrá adoptar cuantas medidas sean necesarias para la aplicación y ejecución de lo dispuesto en esta Orden.

Segunda. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Cantabria.

Santander, 10 de mayo de 2019.
El consejero de Educación, Cultura y Deporte,
Francisco Javier Fernández Mañanes.

CVE-2019-4471

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

Técnico en comercialización de productos alimentarios en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Anexo I

Módulos profesionales

- 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.
- 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.
- 1612. Logística de productos alimentarios.
- 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.
- 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.
- 1615. Gestión de un comercio alimentario.
- 0156. Inglés.
- 1616. Formación y orientación laboral.
- 1617. Formación en centros de trabajo.

Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios.

Código: 1606.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA2. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA3. 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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- g) Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.

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

Criterios de evaluación:

- 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: 130 horas.

Contenidos:

1. Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria.
 - Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.
 - La empresa y el empresario.
 - Características del pequeño comercio alimentario de proximidad: ventajas e inconvenientes frente a las grandes superficies y otras formas de distribución.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Idea de negocio del comercio alimentario. Comercios alimentarios: tipos, características y funciones. Valoración del entorno. Modelos consolidados y novedosos. El plan de empresa.
- Emprendimiento: Factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo. Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
 - La iniciativa emprendedora como fuente de creación de empleo.
 - La actuación de los emprendedores como empresarios.
 - Requisitos necesarios para el ejercicio de la actividad empresarial.
 - La actuación de los emprendedores como empleados de una pyme.
- Evaluación del entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Análisis de las empresas del comercio alimentario Cultura empresarial. Objetivos empresariales. Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.

2. Elaboración de planes de inversión en el comercio alimentario:

- Valoración de ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios.
- Análisis del mercado y del entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.
- 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: calidad, precio, condiciones de pago y financiación y plazos de entrega.
- 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.
- Elaboración de documentos de la compra y alquiler de activos fijos utilizando herramientas informáticas.
- Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.

3. Realización de planes financieros de comercio alimentario:

- Determinación de fuentes de financiación externas. Costes e ingresos.
- Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.
- Valoración de la financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones. Manejo de la hoja de cálculo para determinar los costes financieros y la amortización de préstamos.
- Negociación con las entidades financieras para la obtención de recursos financieros.
- Fianzas y garantías exigidas por los bancos y entidades financieras.
- Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación. Ayudas a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo. Públicas y privadas.
- Negociación del pago de impuestos. Tipo de impuestos: locales y estatales. Previsión de liquidez para el pago.
- Elaboración de planes económico-financieros, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional.
- Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez: calendario de cobros y pagos, ajustes y desajustes de liquidez.
- Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones y renegociación de las condiciones de pago.

4. 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.
 - Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y el análisis económico-financiero de la empresa.
- Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario.
- Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Análisis de la sostenibilidad de la empresa:
 - Economía del bien común.
 - Responsabilidad social corporativa.
- Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Instrumentos para medir la calidad.
- Plan de calidad del pequeño comercio alimentario.
- 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.

5. Constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario:

- Formas jurídicas de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal. La empresa individual. La sociedad mercantil.
- Responsabilidad empresarial.
- Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio alimentario.
- Gestión de trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. Documentación, licencias y autorizaciones. Organismos donde se tramitan.
- La ventanilla única empresarial.
- 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.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), d), g), h), i), n), o), q), r), t), u), w), x) y v) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales a), b), c), e), i), j), k), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

**Módulo Profesional: Mercadotecnia del comercio alimentario.
Código: 1607.**

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

RA2. Programa acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios, caracterizando el uso de diferentes técnicas que incentivan la compra y captan o fidelizan clientela.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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.

RA3. 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.

RA4. Establece las formas y canales de distribución del comercio alimentario, valorando el tipo y modelo de empresa intermediarias y las prestaciones que presentan.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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.

RA5. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- h) Se han propuesto nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a la valoración de los resultados obtenidos.

Duración: 120 horas.

Contenidos:

1. Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:

- Identificación del concepto de marketing y sus funciones.
- Plan de marketing: concepto, elaboración y estructura. Estudio de mercado. El marketing mix: política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación.
- Análisis DAFO de ideas de negocio alimentario. Otras técnicas de análisis.
- Clasificación de los productos atendiendo a distintos criterios.
- La dimensión del producto. Gama y líneas de productos, familias y categorías.
- 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.
- 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.
- La marca. Concepto, finalidad y regulación legal. Tipos de marcas.
- El proceso de decisión de compra del consumidor final.
- Comerciales. Actuación.
- Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad.
- Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.
- Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección.
- Cálculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta. El precio del producto como instrumento de marketing.
- Elaboración de planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.

2. Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- La comunicación como instrumento de marketing.
- El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- El mix de comunicación: tipos y formas.
- La publicidad:
- Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales.
- Determinación de acciones de marketing mix de un comercio alimentario. Finalidad.
- 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 promoción en comercios alimentarios.
- Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.

3. Determinación de precios de venta de productos alimentarios:

- El precio del producto como instrumento de marketing.
- Factores que condicionan el precio de un producto.
- Componentes del precio de un producto o servicio. Costes y márgenes.
- Métodos de fijación de precios. Criterios: a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado.
- Cálculo de costes de comercialización alimentaria.
- 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.
- Cálculo de costes y del precio de venta del producto, utilizando la hoja de cálculo.

4. Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Canales de distribución. Concepto, estructura y tipos.
- Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario: Venta tradicional, online y autoservicio.
- Factores que condicionan la elección de la forma y el canal de distribución:
- Selección de canales de distribución de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial. Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución.
- Estrategias de distribución.
- 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.

5. Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria:

- La eficacia publicitaria.
- 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. Aplicaciones informáticas específicas.
- Análisis de resultados. Medición de la rentabilidad del producto.
- Valoración de la imagen de empresa. Satisfacción del cliente. Las relaciones públicas.
- Valoración de acciones promocionales. Fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.

Orientaciones pedagógicas.

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e), f), g), h), q), r), s), t), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales a), b), c), d), i), j), k), m), n), ñ), o), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben estudiarse a fin de incorporarlos a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Aplicación de métodos de evaluación de las actuaciones de marketing realizadas en pequeños comercios alimentarios.

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

Código: 1608.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- 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.

RA2. 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:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA3. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA4. 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.

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

Criterios de evaluación:

- 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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: 100 horas.

Contenidos:

1. Organización de la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta:

- Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Condiciones establecidas para la ubicación: estructura interior del establecimiento, características del producto, pautas de seguridad alimentaria. Normativa vigente.
- Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta. Elementos internos y externos. Mobiliario, reclamos visuales, rótulo, entrada y escaparate.
- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta. Objetivos. Niveles de exposición. Tipos de escaparates de productos alimentarios.
- Ubicación de equipamientos en el comercio alimentario: pasillos, disposición del mobiliario y secciones. 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.

2. 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: el *facing* y tipos de disposición en el lineal.
- Supervisión de la colocación de elementos visuales en lineales y puntos de venta: iluminación, color y señalización. Operatividad.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Control de accesibilidad a los productos no perecederos del lineal. Identificación y visibilidad de marca y etiquetado.
- Cartelería: informativa, de ofertas y promociones.
- Agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales. Criterios: luz, temperatura, complementariedad y notoriedad.
- Control de temperaturas y conservación de productos expuestos: criterios y normas para la correcta conservación. Confort de los clientes.
- Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación: trazabilidad. Control de calidad y rendimiento de ventas.

3. Supervisión de la exposición de productos frescos en mostradores y vitrinas:

- Productos frescos y su colocación expositores y mostradores: tipos, condiciones y requisitos de iluminación. Rotación y reposición. Normativa higiénico-sanitaria.
- Productos cárnicos. Criterios de colocación: Despiezado, procedencia y categoría, entre otros.
- Productos perecederos. Localización y adquisición. El fronteo. Agrupación en mostradores y armarios. Tipos de mobiliario. Familias de productos. Elementos de animación: Móviles y visuales.
- Supervisión de limpieza y tratamiento de armarios y cámara frigoríficos. Diseño de un procedimiento de limpieza. Técnicas de limpieza.
- Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto: sistema APPCC. Control de temperatura: tecnologías.
- Supervisión del aspecto visual y organoléptico de los productos frescos: textura, olor, color y temperatura. Tratamientos de los productos en los mostradores: agua rociada, hielo y otros.
- Transporte de suministros a expositores. Tipos: reposición a tienda abierta y reposición a tienda cerrada.

4. Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:

- Técnicas de Incentivación de ventas. Acciones promocionales: Necesidades comerciales y presupuesto. Objetivos y tipos.
- Valoración del resultado de las acciones promocionales. Elaboración de informes. Efectos sociológicos y psicológicos en el consumidor. Objetivos comerciales.
- Presentación de ofertas de productos alimentarios. Vales descuento. Normativa de protección del consumidor.
- Presentación de catas de nuevos productos y marcas.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Programación de la difusión de música ambiental. Ofertas de productos. Criterios de horario y afluencia.
- Captación de clientes: estrategias. Iluminación de sectores de productos: tipos y necesidades según el producto expuesto.

5. 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.
- Animación a la venta. Emisión de vídeos, clips publicitarios y demostrativos.
- Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación. Objetivos. Tipos de carteles. Recomendaciones para la correcta elaboración.
- Creación de mensajes visuales: la comunicación visual y requisitos para lograr un mensaje con éxito. Técnicas de diseño de mensajes visuales: Programas ofimáticos.
- 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. Creación de ambientes y elección de materiales.
- Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

- Distribución física de espacios, mobiliario, productos alimentarios y elementos publicitarios en el establecimiento.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Control de existencias en la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en el establecimiento.
- Programación y realización de acciones promocionales en el establecimiento.
- Montaje de elementos decorativos en los puntos de venta.

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), e), f), g), j), n), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales c), d), e), i), m), n), ñ), o), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.

Código: 1609.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. Determina las líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios analizando los objetivos empresariales fijados y la estrategia comercial.

Criterios de evaluación:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA2. 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).

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA3. 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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA5. 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: 105 horas.

Contenidos:

1. 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.
 - Personal de venta: Determinación del tamaño del equipo. Funciones y responsabilidades. Habilidades.
 - Planificación de las ventas. Objetivos y acciones. Plan de atención comercial. Fases del proceso de venta.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.
- Protocolo de atención al cliente: Sugerencias, Quejas y reclamaciones. Normativa de protección del consumidor: Constitución, Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios. Regulación autonómica y Local de protección al consumidor.
- Mejora de la atención comercial. Retroalimentación.

2. 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. Técnicas de autocontrol.
- Supervisión de la atención telefónica. Protocolos, finalidad y técnicas de locución.
- 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. Evaluación de la imagen del establecimiento.
- Valoración de la atención al cliente. Tiempo de dedicación y espera. La figura del cliente misterioso.

3. Atención de reclamaciones y sugerencias del cliente en comercios alimentarios:

- Protocolo de devoluciones, sugerencias, quejas y reclamaciones. Procedimientos y métodos de recogida de documentación. Cumplimentación de documentación y tramitación. Plazos. Presentación ante organismos competentes.
- 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. Objetivos de la negociación. Actitud frente a quejas y reclamaciones. Habilidades para la comunicación con clientes insatisfechos.
- Valoración de las consecuencias administrativas de la mala gestión de una reclamación. Reclamación ante los servicios de las Administraciones Públicas. Organizaciones privadas de defensa de los consumidores.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Valoración de sugerencias e incidencias de las quejas y reclamaciones. Retroalimentación. Tratamiento de las quejas y reclamaciones para mejorar el servicio al cliente y lograr la fidelización.

4. Gestión de la atención comercial con los proveedores:

- Busca y selección de proveedores. Factores comerciales: Proximidad, variedad, calidad de productos, precio y operatividad, entre otros.
- Establecimiento y actualización de bases de datos de proveedores de productos alimentarios. Fichero de proveedores. Conservación y clasificación.
- Canales y procedimientos de comunicación con proveedores: ofimáticos y tradicionales. Internet como canal de compra. El correo electrónico.
- Gestión de pedidos de productos alimentarios con los proveedores. suministros. Comunicación y documentación.
- Negociación de ofertas de suministros. Negociación de condiciones: forma de pago, plazo de entrega, descuentos y gastos, servicio de reposición, devolución de excedentes y servicio posventa.
- Valoración de proveedores de productos alimentarios. Factores de selección. Métodos de evaluación de proveedores.
- Gestión interdepartamental de los acuerdos obtenidos con los proveedores. Protocolos de comunicación interna.

5. Valoración de la eficacia del servicio de atención comercial:

- Establecimiento de los estándares de calidad. Atención comercial en negocios alimentarios. Principios básicos para ofrecer un servicio con calidad .
- Técnicas de fidelización del cliente: descuentos, ventas privadas, detalles personalizados, tarjeta de puntos. Valoración del servicio: sistemas de evaluación inmediata y sistemas diferidos.
- Valoración de incidencias en el comercio alimentario. Causas de las incidencias. Buzón de quejas y sugerencias. Estrategias y criterios de mejora: elaboración de informes periódicos de quejas y reclamaciones.
- Gestión de incidencias y reclamaciones. Clasificación y posibles tratamientos. Priorización de incidencias en función de la urgencia. El impacto en los negocios alimentarios.
- Control de calidad del servicio de atención comercial. Métodos y herramientas.
- Valoración de la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones. Formas y plazos de resolución de quejas. Contraste de resultados.
- Valoración de la satisfacción de los clientes. Servicios, productos ofertados y prestaciones. Espacio físico y organización.

Orientaciones pedagógicas.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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

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

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), h), j), n), o), q), r), s), t), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales a), b), c), f), i), k), m), n), ñ), o), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

Módulo Profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.
Código: 1610.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

RA2. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA3. 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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA5. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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:

1. Elaboración, realización y seguimiento de planes de limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en comercios alimentarios:

- Requisitos higiénico-sanitarios: equipos, utillaje e instalaciones en la manipulación de alimentos.
- Legislación: conceptos y niveles de limpieza
- 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). Características, productos utilizados y condiciones. Frecuencia y normativa.
- Supervisión y comprobación de la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de equipos e instalaciones.
- Envases, embalajes y etiquetado: Tipos y normativa.
- Supervisión del registro de incidencias del plan de limpieza y desinfección. Tipos de planes.
- Verificación de medidas correctivas propuestas.
- Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.

2. 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.
- Controles de peligros potenciales: físicos, químicos y biológicos. Detección de peligros.
- Sistemas y puntos de vigilancia de APPCC del alimento a comercializar.
- Puntos críticos de control. Límite crítico.
- Establecimiento de medidas de control y acciones correctivas en el proceso de manipulación de los alimentos a comercializar. Seguridad del sistema.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario: BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000: 2005 y otras.
- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.
- Pasos previos del sistema de autocontrol APPCC. Los siete sistemas de autocontrol APPCC.
- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APCC en la comercialización alimentaria

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

- Procedimientos en la manipulación de alimentos. Aplicación de normativa higiénico- sanitaria.
- Guía de las prácticas correctas de higiene en la manipulación de los alimentos y su posterior comercialización.
- Establecimiento de medidas preventivas. Controles higiénico-sanitarios.
- Protocolos de actuación frente a alertas sanitarias.
- Protocolo de actuación frente a contaminaciones cruzadas. Riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario. Identificación del punto crítico o lote origen de la alteración.
- Relación de los peligros asociados a la inadecuada conservación y manipulación de los alimentos.
- 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.

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

- Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte. Documentación asociada.
- Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos: manipulación, almacenamiento, recogida y transporte. Riesgos asociados.
- 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.
- Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

5. 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, preelaborados, perecederos, sostenibles y ecológicos.
- Acciones de no conformidad. Condiciones, ofertas y sección de ventas. Documentación asociada.
- 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: Celíacos, a la lactosa y al huevo, entre otras). Fecha de caducidad y el tipo de envasado. Etiquetado de productos. Etiquetado de informe nutricional. Componentes: descriptores genéricos, propiedades saludables y alérgenos.
- Determinación del estado de los productos no perecederos: envasado, y fechas óptimas de consumo. Concepto de fecha de caducidad y consumo preferente.
- Determinación y comprobación del estado de bebidas y licores: color, textura, aspecto visual, añada, temperatura, entre otros.
- Concepto de calidad.
- Valoración de la calidad de los productos alimentarios. Satisfacción del cliente.

Criterios comerciales.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), j), k), l), m), o), q), r), s), t), u), v), w) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales b), g), h), k), m), n), ñ), o), p), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

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

Código: 1611.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA1. Supervisa y realiza la obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos, aplicando la técnica de corte en función de la pieza y destino culinario, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos laborales.

Criterios de evaluación:

- 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.

RA2. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- d) Se han dispuesto los pescados y mariscos en mostradores y expositores, aplicando hielo y aspersores de agua, garantizado su conservación, fresca y atractivo visual.
- 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.

RA3. 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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA5. 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: 150 horas.

Contenidos básicos:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

1. Equipos, maquinaria, útiles y herramientas, para la preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados

- Equipos de trabajo en la realización de preparaciones de limpieza, racionamiento y acondicionamiento de productos frescos y transformados
- Maquinaria para la realización del acondicionamiento de los productos
- Útiles y herramientas a utilizar en cada proceso.

2. Supervisión y obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos:

- Reconocimiento y clasificación de las carnes.
- Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color. Características organolépticas
- Técnicas de deshuesado y despiezado de canales y piezas cárnicas, según el tipo de animal. Piezas con nombre propio.
- Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos: Carne picada, adobada, salchichas frescas y otras elaboraciones. Destino culinario y características del animal.
- Descripción y tipos de productos de charcutería.
- Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario
- Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual. Composiciones.
- Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados. Características y requerimientos del cliente.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.
- Conservación post envasado de productos cárnicos

3. Supervisión y obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos:

- Reconocimiento y clasificación de los 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, eviscerado y desespinado.
- Preparaciones semielaboradas o frescas de pescados.
- Obtención de porciones de pescado, según las características y forma de cada uno. Destino culinario y tipos de pescados.
- Exposición en mostradores de pescados: conservación, fresca y atractivo visual.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario.
- Preparaciones semielaboradas o frescas de mariscos.
- Exposición en mostradores de mariscos: conservación, frescura y atractivo visual.
- Supervisión del envasado de pescados y mariscos. Métodos de envasado.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.
- Conservación post envasado de pescados y mariscos.

4. Supervisión y elaboración de bandejas de frutas y verduras:

- Reconocimiento y clasificación de frutas y verduras.
- Comprobación de frutas y verduras: tipos, características.
- 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 y envases con verduras y frutas.
- Características y requerimientos del cliente. Composiciones según las demandas del cliente.
- Envasado de frutas y verduras.
- Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias.
- Conservación post envasado de frutas y verduras.

5. Preparación y asesoramiento de productos alimentarios:

- Reconocimiento y clasificación de vinos, quesos y productos gourmet.
- Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet. Características.
- Técnicas de corte: manuales y mecánicas. Jamones de calidad. Clasificación de jamones. Denominaciones.
- Técnicas de troceado y corte de quesos. Características. Clasificación de los quesos. Denominaciones.
- Supervisión de la elaboración de tablas de quesos, jamones y embutidos.
- Características: aroma, sabor y picor.
- Asesoramiento sobre vinos. Calidad, añada, variedades de uva y maridaje. Denominaciones
- Asesoramiento sobre quesos. Características: fragilidad, densidad, dureza y cremosidad. Destino culinario.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Asesoramiento sobre productos gourmet. Tipos: caviar, ahumados, ventresca y salazones. Origen y destino culinario.
- Conservación post envasado de vinos, quesos y productos gourmet.

6. Realiza el etiquetado de productos frescos:

- Normativa específica sobre el envasado y etiquetado de productos frescos.
- Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios.
- Trazabilidad.
- Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado, según las características de cada producto.
- 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.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales e), j), k), l), m), n), o), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales d), g), h), i), k), m), n), ñ), o), p), q) y r) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Seguridad alimentaria en el comercio y Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación de este ciclo formativo.

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

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

Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.
Código: 1612.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- g) Se ha supervisado el registrado informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.

RA2. 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.

RA3. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA4. 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.

RA5. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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: 190 horas.

Contenidos:

1. 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. Sistemas de trazabilidad. Uso a tecnologías para el registro de la información.
- Comprobación de la documentación y etiquetado. 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. La logística inversa.
- Supervisión del registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados. Gestión de las entradas.

2. Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias:

- Zonificación de almacenes. Criterio ABC .Características de los productos: Conservación y refrigeración. Compatibilidad y complementariedad.
- Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. Equipamiento y utillajes.
- Supervisa maquinaria, equipos y útiles de almacén. Productos pesados.

CVE-2019-4471

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Criterios de conservación. Ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios. Sistemas de localización.
- Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad. Tipos de señales.
- Condiciones de almacenamiento:
 - Ubicación en función de conservación y consumo.
 - Condiciones de temperatura, humedad, ventilación, iluminación, orden y limpieza.

3. 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. Protocolo de los envíos. Documentación.
- Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuida a domicilio. Pedidos de productos alimentarios. Técnicas y materiales de embalaje. Factores que determinan el tipo de embalaje. Señalización, rotulado y etiquetado del 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. Normas de higiene para el transporte de productos alimentarios. Uso de aplicaciones online y telefónicas para el seguimiento de la expedición.
- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos.
- Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales. Gestión de residuos de embalajes.

4. 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. Registro de devoluciones y mermas. Aplicaciones informáticas específicas.
- Cálculo de stocks:
 - Seguridad, óptimo y mínimo.
 - Pérdidas: conocida y desconocida.
 - Merma: natural por deshidratación, física por deterioro, y por caducidad.
- Valoración de desviaciones entre compras reales y previstas. Tipos de compras. Causas y análisis.
- Cálculo del ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos.

CVE-2019-4471

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Programación de suministros. Análisis de las necesidades. Estacionalidad, periodos de demanda y evolución de la actividad.

5. Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario:

- Organización de tareas y funciones del personal de almacén. Trabajo en equipo y comunicación.
- Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén.
- Valoración de necesidades de formación del personal de almacén. Tipos de formación.
- Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes. Medidas preventivas. Manipulación de mercancías. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén. Ley de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de residuos y SANDACH en almacén. Diseño de un plan de gestión de residuos. Normativa de seguridad e higiene en el almacén. La contaminación cruzada.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales i), j), o), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales f), g), k), m), n), ñ), o), q) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza/aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias citadas anteriormente, en coordinación con los módulos profesionales de Seguridad alimentaria en el comercio, Preparación y

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

acondicionamiento de productos frescos, Comercio electrónico en negocios alimentarios y Gestión de un comercio alimentario de este ciclo formativo.

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

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

Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.

Código: 1613.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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:

- a) Se ha aplicado al comercio electrónico la estructura y contenido de un plan de marketing, adaptándolo a la planificación y necesidades de la empresa.
- b) Se han seleccionado los agentes que intervienen en los canales de distribución online, en función de sus características y operatividad.
- c) Se han establecido distintas estrategias de comercio electrónico, determinadas en el plan de marketing.
- d) Se ha posicionado el comercio alimentario online en buscadores, servidores de aplicaciones de mapas o de geolocalización, y en buscadores de comparación de precios.
- e) Se han establecido dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, atendiendo a las sugerencias y consultas que mejoran la calidad de la empresa.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- f) Se han establecido objetivos e indicadores del rendimiento del tráfico de la página web, en función de la segmentación de mercado incluida en el plan de marketing.
- g) Se ha estimado el coste de acciones de marketing online según el presupuesto establecido de la empresa.

RA2. 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.

RA3. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA5. 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: 160 horas.

Contenidos:

1. 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. Selección de palabras clave. Como alcanzar un buen posicionamiento natural SEO y de pago SEM.
 - Características específicas del cliente online de productos alimentarios.
 - Boletines electrónicos enviados con email marketing.
 - Diseño de blogs corporativos: modalidades. Objetivos alcanzables con un blog.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.
- Normativa sobre comunicación electrónica y privacidad.
- Marketing de afiliación en establecimientos alimentarios.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM) en establecimientos alimentarios.
- "Cross marketing" en establecimientos alimentarios.
- Marketing viral: "blogs", "buzz2", marketing, comunidades virtuales y online "networking".
- Marketing "one-to-one".
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, banca móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros. Sistemas de publicidad poco aconsejables: el "spam" y la publicidad no deseada. La ley contra el "spam".
- Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. Segmentación del mercado.
- Presupuesto y estimación de costes de una página web.

2. Constitución de una tienda online de productos alimentarios:

- Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen.
- Idea y diseño de una tienda de productos alimentarios virtual: gestión y mantenimiento.
- Catálogo de productos online en negocios alimentarios.
- Selección y registro de dominio.
- 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.
- Constitución de una web de productos alimentarios. Características. Diseño: responsable, amigable y usable. Condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos. Escaparate web.
- Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos.
- Instalación de dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Establecimiento de medidas de seguridad. Legislación. Protección del consumidor. Transacciones seguras.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz. El "spyware" (programas espía).
- Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL ("secure socket layer"), SET ("secure electronic transaction") y 3D "secure".

3. Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro.

- Recepción de pedidos: orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas. El ciclo de pedido.
- Elaboración del presupuesto de pedidos. Los stocks de mercancías.
- Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega.
- Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea: seguridad y protección contra el fraude.
- Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío. Estrategias de envío.
- Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega.
- Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.

4. Mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online:

- Actualización de ficheros de la página web: nuevos productos, tendencias de mercado, promociones y gustos del cliente. Programas informáticos: de texto, imagen y sonido.
- Catálogo online: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra.
- Estructurar una página web corporativa.
- Lenguaje HTML.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales: trabajar con textos. El estilo y el formato de múltiples páginas web al mismo tiempo. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas. Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia.
- Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos. Posicionamiento en la web. Alta en buscadores.
- Actualización y diseño de la página web. Mejora de enlaces. Eficiencia y rentabilidad comercial. Mantenimiento de la información publicada.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Atención al cliente en tiempo real. Dispositivos electrónicos. El carrito de compra online.
- Actualización de ficheros de clientes, productos y precios.
- Retroalimentación y acciones de mantenimiento.

5. 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: porcentaje de conversiones y valor medio de pedido.
- Valoración de la satisfacción del cliente. Tasa de fidelización. La gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes. El abandono del carrito.
- Evaluación de la trazabilidad de la distribución: trazabilidad y seguridad alimentaria. Planificación y modificación de rutas de reparto: recursos humanos, tiempo acordado y estado de entrega del producto. Evaluación de medios de pago online: criterios de elección de pago para comercio online. Gastos bancarios. Gastos bancarios según el canal de pago.
- Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online: volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.

Orientaciones pedagógicas:

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

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

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

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Distribución de los productos.

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e), h), j), n), o), q), r), t), u) y v) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales a), b), c), d), f), i), j), k), m), n), ñ), o), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.

Código: 1614.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA2. 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.

RA3. Elabora documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos utilizando funciones y herramientas de hojas de cálculo.

Criterios de evaluación:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA4. 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 ofimáticos, 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA5. 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: 120 horas.

Contenidos:

1. Introducción a la tecnología informática:

- Hardware de un ordenador. Almacenamiento de datos. Software. Las redes locales e Internet.

2. Realización de materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes:

- Edición de textos comerciales alimentarios mediante aplicaciones informáticas. Familias tipográficas básicas y campos de aplicación.
- 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Presentación de diapositivas comerciales alimentarias. Presentaciones publicitarias. Tratamiento del texto. Estilo. Imágenes y sonidos libres de derechos. Aplicaciones ofimáticas de presentaciones.
- Elaboración de carteles y ofertas corporativas. Publicación vía impresión. Publicación y difusión online.
- Protección de materiales elaborados y protocolos de seguridad. Resolución de incidencias.

3. 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.
- Composición de imágenes de folletos de negocios alimentarios: contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros. Retoque digital de imágenes. Gestión de archivos gráficos.
- Maquetado de folletos y catálogos publicitarios. Organización del mensaje, proporción, equilibrio y simetría. Plantillas ofimáticas. Importación de textos e imágenes para su maquetación. Elaboración de carteles y ofertas comerciales. Criterios comerciales y de composición. Distribución de la información textual y visual en un folleto.

4. Elaboración documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos:

- Cálculo de datos de ventas y compras.
- 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.

5. 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.
- Creación, elaboración y actualización de registros de datos. Relaciones. Herramientas de gestión de las relaciones con el cliente a través de la nube (CRM).

CVE-2019-4471

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.
- Elaboración de documentos a partir de bases de datos relacionales: consultas de datos de las tablas.
- Aplicación de la normativa legal en materia de protección de datos en bases de datos.

6. 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.
- Organización de la documentación digital en función del pedido y el cliente. Facilidad de acceso.
- Ordenes de pedidos del cliente. Gestión y comprobación. Productos alimentarios. Clientes. Forma de pago.
- Gestión de libros de registro de entrada y salida en soporte informático: Documentos informáticos habituales, correspondencia y paquetería electrónica. Agenda y trazabilidad.
- 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.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

- Gestión de registros electrónicos de proveedores y de clientes mediante aplicaciones de hoja de cálculo y bases de datos.
- Realización de materiales comerciales informativos y publicitarios.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Organización y gestión electrónica de la información y documentos de las actividades comerciales.

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos ñ), o), q), r), s) t), v), w), x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales j), k), m), n), ñ), o), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

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

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

Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.

Código: 1615.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA2. 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.

RA3. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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.

RA4. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA5. 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: 125 horas.

Contenidos:

1. Realización de actividades comerciales, económicas y monetarias en un comercio alimentario:

- Caracterización de los sistemas y medios de cobro y pago:
 - Efectivo.
 - Transferencia y domiciliación bancaria.
 - Tarjetas de crédito y débito.
 - Pago mediante teléfonos móviles.
- Gestión de cuentas bancarias: Ingresos y pagos. Transacciones monetarias: físicas y online.
- 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Gestión de facturas de compras de productos alimentarios. Archivo. Asientos contables, tramitación y pagos.
- Pago de facturas a proveedores. Condiciones pactadas.
- Contabilidad de devoluciones efectuadas a clientes.
- Modificaciones en el terminal del punto de venta: descuentos, promociones, de precios, cualidades del producto, ticket y facturas.
- Supervisión del cobro de mercaderías en el terminal del punto de venta.
- Arqueo de caja: concepto y finalidad. Comprobación del arqueo de caja y conciliación bancaria. Datos de cobros y pagos.

2. Gestión y envío de pedidos de productos alimentarios:

- Gestión de pedidos a proveedores. Formalización de la comunicación y documentación.
- Determinación de fases y procedimientos en la recepción de compras: Proveedores y acuerdos establecidos.
- Determinación de fases y procedimientos en la distribución y envío de pedidos. Preparación y envío. Clientes y acuerdos establecidos.
- Documentación básica en la preparación de pedidos. Registro informático de documentación de recepción de pedidos.
- Supervisión de la documentación de pedidos: Albarán y carta de portes.
- Tipos de pedidos. Clasificación de pedidos. Planificación: rutas, repartos, fechas de recepción, de entrega y tipo de alimentos. Criterios.
- Trazabilidad: concepto y finalidad.
- Determinación del procedimiento de devoluciones. Documentación. Condiciones acordadas y responsabilidad de las partes.

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

- Gestión fiscal en el comercio alimentario: tributación básica.
- 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.
- Valoración de las particularidades del Recargo de Equivalencia del comercio alimentario.
- Elaboración y presentación de las obligaciones informativas a Hacienda. Calendario fiscal.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Servicios on-line de las Administraciones Públicas.
- 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.
- Elaboración de libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario. Actualización de datos en tiempo y forma: Normativa.

4. Planificación de la tesorería del comercio alimentario:

- Previsión de ingresos y gastos.
- Elaboración de presupuestos.
- Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.
- Negociación con las entidades financieras para la obtención de recursos financieros.
- Realización de previsiones de tesorería. Cuenta de gastos e ingresos. Contingencias de la actividad comercial alimentaria. Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones.
- Calculo de costes financieros. Riesgos de cobro en el comercio alimentario. Tipos de interés bancarios y amortizaciones.
- Negociación de efectos comerciales. Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales. Elaboración de facturas de negociación de efectos comerciales. Gestión de impagados.
- Calculo de costes anuales de personal y seguridad social. Convenio sectorial del sector alimentario y tasas de cotización.
- Calculo 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.

5. Supervisión del resultado económico de las ventas en el comercio alimentario:

- Análisis de rentabilidad de las ventas de productos alimentarios. Precios de venta y margen de beneficio.
- Comportamiento de ingresos y gastos.
- Planificación del control presupuestario. Problemas potenciales: identificación y gestión.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.
- Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera del negocio. Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.
- 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.
- Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y para el análisis económico-financiero del pequeño negocio alimentario.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), i), o), q), r), s), v), w) x) e y) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales a), b), f), k), m), n), ñ), q), r) y s) del título. Por consiguiente, al estructurar la programación deben incorporarse a los contenidos educativos (procedimentales, conceptuales y actitudinales) de las unidades didácticas y su posterior evaluación.

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

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

- Elaboración y tramitación de documentación relacionada con las actividades comerciales habituales en pequeños comercios alimentarios.
- Complimentación de impuestos asociados a las operaciones de compraventa de pequeños comercios.
- Emisión de facturas utilizando el software específico.
- Realización de cálculos para la planificación de la tesorería del comercio alimentario.
- Cálculo de desviaciones económicas en un comercio alimentario.

Módulo Profesional: Inglés.
Código: 0156.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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 y cotidiana.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articulado con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA2. 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.
- b) Se han leído de forma comprensiva textos sencillos.
- 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 y fax, entre otros.

RA3. Emite mensajes orales claros y bien 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.

RA4. Elabora textos sencillos, relacionando reglas gramaticales con el propósito del mismo.

Criterios de evaluación:

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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 se ha de elaborar.

RA5. 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-profesionales propios del área profesional, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

Duración: 161 horas.

Contenidos:

1. Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:
 - Mensajes directos, telefónicos y grabados: saludos, presentaciones y fórmulas de cortesía habituales. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica: fórmulas habituales en el argumentario de venta.
 - Terminología específica del área profesional: usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor.
 - Ideas principales y secundarias.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones.
- Diferentes acentos de lengua oral.

2. Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:
 - Soportes telemáticos: fax, e-mail y burofax, entre otros.
 - Terminología específica del área profesional.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto. Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
- Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones.
- Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

3. Producción de mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del área profesional. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica: pedidos, facturas, recibos y hojas de reclamación.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones e instrucciones.
- Presentación de productos/servicios: características de productos/servicios, medidas, cantidades, servicios añadidos, condiciones de pago y servicios postventa, entre otros.
- Pautas y convenciones habituales para la detección de las necesidades de los clientes/consumidores.
- Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores: situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
- 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:
 - 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.

4. Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
 - Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail y burofax, entre otros. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita en diferentes soportes.
 - Terminología específica del área profesional.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés: hojas de pedido, facturas, máticos, ofertas y reclamaciones entre otros.
- Redacción de correspondencia comercial.
- Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
- Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación y conclusión y/o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.

5. 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.
- Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales p), q) y t) del ciclo formativo, y las competencias profesionales, personales y sociales l), m), y o) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

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

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Código: 1616.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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 formativo-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 y 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 han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

RA2. 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.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA3. 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.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre el empresariado y su personal.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

RA4. 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 los ciudadanos.
- 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 Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones inherentes a la relación laboral dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización del personal, sus cuotas correspondientes, así como las cuotas empresariales.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

RA5. 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.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y 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 ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

RA6. 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 han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- c) Se han determinado las formas de representación del personal de la empresa en materia de prevención de riesgos.
- d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.
- f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.

RA7. 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 individual y colectiva 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 de heridos 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: 99 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 como mecanismo de inserción laboral, estabilidad y promoción en el empleo.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico en comercialización de productos alimentarios.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Definición y análisis del sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios. Situación actual y perspectivas de inserción en relación a las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes descritos en el título.
 - Situación y tendencia del mercado de trabajo en el sector del comercio de productos alimentarios en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
 - Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
 - Fuentes de información, mecanismos de oferta-demanda y selección de personal.
 - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
 - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
 - El proceso de toma de decisiones..
 - La búsqueda de empleo a través de las Nuevas Tecnologías.
 - El autoempleo como salida profesional: valoración.
2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto.
 - Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
 - Equipos en negocios alimentarios.
 - La participación en el equipo de trabajo.
 - Conflicto: características, fuentes y etapas.
 - Metodologías del trabajo en equipo y reuniones de trabajo.
 - Aplicación de técnicas para la dinamización de equipos de trabajo.
3. Contrato de trabajo:
- El derecho del trabajo. Origen y fuentes. Organismos e instituciones competentes en la materia.
 - Análisis de la relación laboral individual.
 - Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
 - Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
 - Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
 - Las Empresas de Trabajo Temporal (ETT).
 - El recibo de salarios.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- Representación de trabajadores y trabajadoras.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Beneficios para trabajadoras y trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.

4. Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones del empresariado y su personal en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- Situaciones protegibles por desempleo.
- Prestaciones de la Seguridad Social, con especial referencia a la Incapacidad Temporal y al Desempleo.

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y sicosociales.
- Riesgos específicos en el sector del comercio alimentario.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas. Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías.

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

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Derechos, deberes y representación de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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. Conceptos básicos y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumno pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector.

La formación de este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales q), r), s), t), u), v), w) e y) del ciclo formativo y las competencias profesionales, personales y sociales m), n), ñ), o), p), q), y s) del título.

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

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Código: 1617.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. 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.

RA2. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA3. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA4. 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.

RA5. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

- 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.

RA6. 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.

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

RA7. Realiza actividades comerciales, económicas y monetarias, relativas a la gestión de pedidos y su documentación.

Criterios de evaluación:

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

Orientaciones pedagógicas.

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

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

ANEXO II

1. ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN HORARIA.

PRIMER CURSO			
CÓDIGO	MÓDULO PROFESIONAL	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
1606	Constitución de pequeños negocios alimentarios.	130	4
1607	Mercadotecnia del comercio alimentario.	120	4
1610	Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	130	4
1612	Logística de productos alimentarios	190	5
1613	Comercio electrónico en negocios alimentarios	160	5
0159	Inglés	161	5
1616	Formación y orientación laboral	99	3
TOTAL		990	30

SEGUNDO CURSO			
CÓDIGO	MÓDULO PROFESIONAL	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
1608	Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación	100	5
1609	Atención comercial en negocios alimentarios	105	5
1611	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	150	8
1614	Ofimática aplicada al comercio alimentario	120	6
1615	Gestión de un comercio alimentario	125	6
1617	Formación en centros de trabajo	410	--
TOTAL		1010	30

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

ANEXO III

REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

1.1. ESPACIOS:

ESPACIO FORMATIVO	SUPERFICIE m ² 30 alumnos	SUPERFICIE m ² 20 alumnos
Aula polivalente.	60	40
Taller de tienda de alimentación	100	75
Taller de almacén alimentario	150	120

1.2 EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS:

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
Aula polivalente.	<ul style="list-style-type: none"> - PCs con conexión a Internet para el alumnado. - Pc para el profesor. - Escáner. - Impresora. - Mobiliario de aula. - Cañón de proyección. - Pantalla de proyección. - Reproductor audiovisual. - Dispositivos de almacenamiento de datos, memorias USB, discos duros portátiles, CD y DVD. - Licencias de sistema operativo. - Licencia de uso de aplicaciones informáticas generales: procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos, presentaciones, correo electrónico, retoque fotográfico, cortafuegos, antivirus, compresores, edición de páginas web. - Software básico de informática y específico del ciclo
Taller de tienda de alimentación	<ul style="list-style-type: none"> - Mueble góndola para supermercado. - Mostrador para productos frescos. - Vitrina expositora refrigerada. - Armario expositor refrigerado - Mostrador, suficientemente grande para ubicar el Terminal Punto de Venta (TPV). - Terminal de punto de venta (TPV), con accesorios tales como impresora de tickets, lector de código de barras, cajón registradora, visor para clientes y monitor táctil.
Taller de almacén alimentario	<p>Deberán estar físicamente delimitados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pescadería. - Carnicería. - Frutas y hortalizas. - Zona de preparados

MIÉRCOLES, 22 DE MAYO DE 2019 - BOC NÚM. 97

	<ul style="list-style-type: none">- Almacén para material.- Cuarto de basura refrigerado.- Vestuarios de alumnos, alumnas, profesores y profesoras con taquillas.- Sanitarios.- Servicios auxiliares de agua y energía eléctrica. <p>Equipamiento:</p> <ul style="list-style-type: none">- Suelos, paredes, techos, protección de ventanas y desagües según la normativa técnico-sanitaria vigente.- Cámaras de refrigeración, frigoríficos, armarios de maduración, abatidor de temperatura, congeladores.- Mesas de trabajo de acero inoxidable, mesa de pescadería, tajo de madera-fibra, lavamanos, estantes, armarios, etc.- Mobiliario en acero inoxidable para la guarda del utillaje.- Cortadora, amasadora, maquina picadora-embutidora, sierra de cinta, maquina formadora, armario esterilizador para cuchillos de ozono, cocedero.- Cocina con al menos dos focos de calor.- Ordenador, máquina de impresión de etiquetas, lector de etiquetas.- Envasadora al vacío, termo- selladora- Balanzas de precisión y básculas.- Carros, bandejas, tablas para cortar.- Termómetros, ph-metros- Utensilios para contener: barreños, bandejas, jamonero...- Utensilios para medir. Jarras medidoras.- Utensilios para mezclar. Lenguas, espátulas...- Utensilios para cortar. Cuchillos de diferente tamaño, gubia, media luna, macheta- Guante de malla y otros necesarios para el desarrollo del módulo, delantales de malla y otros necesarios para el desarrollo del módulo, materiales varios (Batería de cocina de preparación y conservación).- Fregaderos y lavamanos.
--	--

2019/4471

CVE-2019-4471