

## ANEXO 1

### REFERENTE PROFESIONAL

#### **A) Perfil Profesional.**

##### a) Perfil profesional.

El perfil profesional del título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

##### b) Competencia general.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades comerciales en establecimientos alimentarios físicos y online, relacionadas con la planificación comercial, la gestión de la logística de almacenaje, distribución y reposición de productos alimentarios, la supervisión de las secciones de venta de alimentos perecederos y no perecederos, y de atención comercial a clientes y proveedores; siguiendo criterios de calidad y actuando según la normativa de prevención de riesgos, seguridad alimentaria y protección del consumidor.

##### c) Cualificaciones y unidades de competencia.

Las cualificaciones y unidades de competencia incluidas en el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios son las siguientes:

Cualificación profesional completa:

COM631–2 Actividades de gestión del pequeño comercio, que comprende las siguientes unidades de competencia:

- UC0239–2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC1792–2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios.
- UC2105–2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- UC2104–2: Impulsar y negociar un pequeño comercio de calidad.
- UC2106–2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

Cualificaciones profesionales incompletas:

COM085–2 Actividades de venta.

- UC0241–2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

COM318–3 Organización y gestión de almacenes.

- UC1015–2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.

HOT093–2 Cocina.

- UC0260–2: Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.

##### d) Competencias profesionales, personales y sociales.

- 1) Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario.
- 2) Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios.

- 3) Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario.
- 4) Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes.
- 5) Supervisar el montaje y exposición de elementos atractivos y publicitarios, y de alimentos perecederos y no perecederos, en los puntos de venta, para incentivar las compras.
- 6) Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución.
- 7) Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria.
- 8) Supervisar la obtención de porciones de productos alimentarios frescos, y la elaboración de derivados de carnes y pescados, en función de la pieza, destino culinario y demanda del cliente, siguiendo las condiciones requeridas de calidad y seguridad alimentaria.
- 9) Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- 10) Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital.
- 11) Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa.
- 12) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios/as o consumidores/as, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- 13) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- 14) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- 15) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- 16) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- 17) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- 18) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- 19) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- 20) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

## **B) Sistema Productivo.**

### a) Entorno profesional y laboral.

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en el ámbito del comercio de productos alimentarios, físico u online, en cualquier empresa u organización, en tiendas de alimentación al por menor o en los departamentos correspondientes de grandes superficies; bien sea por cuenta propia o ajena.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Responsable/persona encargada de establecimiento alimentario.
- Responsable/persona encargada de sección/sala/departamento de tienda de alimentación.
- Gestor/a de pequeño comercio alimentario.
- Responsable/consum de comercios alimentarios online.
- Asesor/a comercial de productos alimentarios.
- Vendedor/a de productos alimentarios.

### b) Contexto territorial de Navarra.

La industria agroalimentaria en Navarra, tiene una larga tradición local y representa uno de los principales sectores industriales en la Comunidad. Está formado fundamentalmente por pequeñas y medianas empresas, que están en un proceso continuo de innovación, modelización y capacidad exportadora.

Destacan en la producción agrícola y ganadera, productos con Denominaciones de Origen como el queso, los espárragos, pimientos del piquillo, vino, ternera, etc.

Además, hay que tener en cuenta, que la industria agroalimentaria arrastra otros sectores económicos de importancia en Navarra:

- Sector agrario y ganadero, proveedores de la materia prima.
- Sector distribución, empresas y agentes comerciales que acercan los productos elaborados a las personas consumidoras.

La importancia en la seguridad alimentaria, condicionada por las exigencias de legislación de la Unión Europea, obliga a las empresas alimentarias a implantar requisitos de seguridad alimentaria y mecanismos de trazabilidad, así como en la aplicación de la normativa de protección ambiental y en las de cada sector específico (productos cárnicos, vegetales, de la pesca y acuicultura y productos lácteos).

Se observan ciertos aspectos que marcan la evolución de la industria alimentaria:

- Los cambios en los hábitos de consumo, las nuevas tendencias en el estilo de vida y las costumbres laborales de las familias, han propiciado cambios en la demanda de productos relacionados con la alimentación, lo que deriva en un aumento del consumo de alimentos de cuarta y quinta gama.
- Las tendencias en alimentación indican que la sostenibilidad es un factor clave. El consumo de productos de proximidad destaca los beneficios de realizarlo con productos de temporada.
- Al consumir productos de Navarra se mantiene nuestro entorno, se reduce la huella ecológica y se contribuye al desarrollo de nuestra Comunidad.

En consecuencia, el perfil profesional del título dentro del sector del comercio de productos alimentarios, va encaminado hacia una mayor especialización; existe, por ello, una fuerte demanda de profesionales cualificados en este sector que exige una serie de competencias técnicas, personales y sociales, estas últimas, relacionadas con el trabajo en equipo, la autonomía e iniciativa en la toma de decisiones y en el desarrollo de tareas y la atención al público.

### c) Prospectiva.

El perfil profesional de este título, dentro del sector terciario, evoluciona hacia un/a profesional polivalente capacitado/a para ejercer su actividad, de forma presencial y online, en el sector del co-

mercado alimentario, en pequeños negocios y en superficies comerciales, en la gestión comercial y en la supervisión de las ventas y en el asesoramiento especializado sobre productos alimentarios cada vez más variados, y a través de diferentes canales de comercialización.

El tejido empresarial del sector comercial alimentario se concentra fundamentalmente en microempresas que representan más del 95% del total de entidades en España y contratan al 83% del personal de este sector. Actualmente las grandes cadenas de alimentación están adaptando su estructura a la de las microempresas en la sección de frescos, introduciendo en sus superficies puestos alimentarios como si de un pequeño comercio se tratase. La gran influencia de las microempresas en este sector favorece el emprendimiento, la autonomía, la iniciativa relacionada con la toma de decisiones y la responsabilidad laboral. Existe un alto nivel de contratación temporal y un elevado porcentaje de trabajadores/as autónomos/as. Las perspectivas de evolución del sector apuntan hacia un mantenimiento de esta situación.

El mercado alimentario tiende actualmente a satisfacer la demanda de clientes con hábitos de consumo muy diversos que buscan productos cada vez más variados y elaborados. Por lo que, a los productos tradicionales, se suman los de cuarta y quinta gama, y las tiendas especializadas o gourmet, que irrumpen con fuerza en el mercado ofertando productos ecológicos, probióticos, y específicos para clientes con enfermedades, alergias alimentarias e intolerancias (celiacos, intolerancia al huevo, a la lactosa, entre otras). Asimismo, han cambiado los hábitos de consumo del cliente actual siendo más exigente en criterios de calidad, higiene y manipulación de los alimentos. Esta situación, que se prevé irá en aumento, requiere vendedores con saberes más especializados y con mayor control y conocimiento del producto alimentario.

Se constata un gran incremento de las compras por internet y un significativo aumento de los productos ofertados que son cada vez más variados. Crece significativamente el número de empresas que utilizan este medio para comprar y vender. El problema que inicialmente suponía para el cliente no tener acceso a la comprobación visual de los productos frescos está siendo subsanado, cada vez con mayor éxito, por las garantías de calidad y seguridad que ofrece este tipo de comercio, y el rápido y continuo asesoramiento online, que facilita al cliente una amplia información sobre el producto que desea adquirir. Este tipo de comercio, que irrumpió con fuerza hace unos años, se prevé que siga aumentando.

La legislación española y europea en materia de prevención de riesgos y seguridad alimentaria está continuamente mejorando. Esto implica la actualización y desarrollo de normas y procedimientos que aseguran el aprovechamiento de los recursos empleados, en condiciones de calidad y respeto al medio ambiente, así como el adecuado tratamiento de los residuos y Subproductos Animales No Destinados Al Consumo Humano (SANDACH).

En el sector alimentario se está produciendo una transformación que modifica las formas de trabajo y los perfiles profesionales necesarios para desenvolverse profesionalmente en este campo y adaptarse a las exigencias del mercado. Como respuesta a este reto es de destacar la polivalencia del título en la realización de las actividades de gestión, supervisión y asesoramiento en el comercio alimentario físico y online. Los establecimientos comerciales, pequeñas y grandes superficies, y el comercio online son los posibles destinos de estos titulados.

## ANEXO 2

### CURRÍCULO

#### **A) *Objetivos Generales del Ciclo Formativo.***

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

r) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

s) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

t) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

u) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

v) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

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

x) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

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

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

## **B) Módulos Profesionales.**

a) Denominación, duración y secuenciación.

Se relacionan los módulos profesionales del Técnico en Comercialización de productos alimentarios con detalle de su denominación, duración y distribución temporal.

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	HORAS TOTALES	CLASES SEMANALES	CURSO
1606	Constitución de pequeños negocios alimentarios.	130	4	1.º
1607	Mercadotecnia del comercio alimentario.	130	4	1.º
1608	Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación	150	5	1.º
1609	Atención comercial en negocios alimentarios	100	3	1.º
1610	Seguridad y calidad alimentaria en el comercio	140	4	1.º
1614	Ofimática aplicada al comercio alimentario	150	5	1.º
NA04	Inglés básico I	60	2	1.º
1616	Formación y orientación laboral	100	3	1.º
1611	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	190	8	2.º
1612	Logística de productos alimentarios	130	6	2.º
1613	Comercio electrónico en negocios alimentarios	130	6	2.º
1615	Gestión de un comercio alimentario	130	6	2.º
0156	Inglés	90	4	2.º
1617	Formación en centros de trabajo	370		2.º

- b) Desarrollo de módulos profesionales.

***Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios.***

***Código: 1606.***

***Duración: 130 horas.***

***Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.***

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

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha decidido la posible ubicación física o virtual de la idea de comercio alimentario valorando la información del entorno obtenida sobre locales disponibles y sus precios.
- b) Se ha valorado la posible ubicación virtual del comercio alimentario en función de segmentos de población, nichos de oportunidad y especialización de la idea.
- c) Se han valorado las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros) para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.
- d) Se ha elaborado el plan de sostenibilidad del comercio alimentario en función de la previsión del gasto energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y el mantenimiento, entre otros.
- e) Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.

- f) Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.
  - g) Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.
  - h) Se ha elaborado un plan de inversión con las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio alimentario y su coste.
3. Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las posibilidades de fuentes de financiación externa para comercios alimentarios, estimando costes e ingresos en función de la idea del negocio.
  - b) Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.
  - c) Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.
  - d) Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.
  - e) Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.
  - f) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.
  - g) Se ha valorado la negociación del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.
  - h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.
4. Realiza la viabilidad económica y social de la idea de una pequeña empresa de comercio alimentario analizando características de planes económico-financieros, y valorando ventajas y fortalezas de la propuesta de negocio.

Criterios de evaluación:

- a) Se han calculado ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, utilizando los datos de Cuentas Anuales de un comercio alimentario, como Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una pequeña empresa, entre otros.
- b) Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.
- c) Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.
- d) Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
- e) Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.
- f) Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.
- g) Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios acorde con la idea de negocio definida y sus obligaciones formales y fiscales.
- b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios/as 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.

### **Contenidos.**

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

- Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.
- Características del pequeño comercio alimentario de proximidad.
- Idea de negocio del comercio alimentario. Comercios alimentarios: tipos, características y funciones. Valoración del entorno. Modelos consolidados y novedosos.
- Emprendimiento: Factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo. Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- Evaluación del entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Análisis de las empresas del comercio alimentario Cultura empresarial. Objetivos empresariales. Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.

Elaboración de planes de inversión en el comercio alimentario:

- Valoración de ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios.
- Valoración de ubicación virtual del comercio alimentario. Segmentos de población, nichos de oportunidad.
- Valoración de costes y necesidades de equipamiento. Objetivos a corto y medio plazo. Equipamiento (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros). Determinación y costes. Alquiler y compra: calidad, precio, condiciones de pago, 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: ener-

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

- Valoración de las posibilidades costes de innovación y calidad del negocio alimentario.
- Estimación de costes de adquisición de equipamiento. Compra o alquiler.
- Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo.
- Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones pago, plazos de entrega, estrategias de marketing.

Realización de planes financieros de comercio alimentario:

- Determinación de fuentes de financiación externas: Prestamos, Líneas de crédito, Leasing, Renting, Negociación efectos, Factoring y otros. Costes e ingresos.
- Fuentes financiación propias: Capital, Autofinanciación de enriquecimiento (Reservas), autofinanciación de mantenimiento (Amortizaciones, Provisiones).
- Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.
- Valoración de la financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones.
- Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación. Ayudas a la contratación según tipo de trabajadores/as 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.

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. Cálculo e interpretación:
  - Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Modelos para PYMES.
- Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario.
- Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios.
- Análisis de la sostenibilidad de la empresa:
  - Economía del bien común.
  - Responsabilidad social corporativa.
- 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.

Constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario:

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

El presente módulo proporciona al alumnado la formación necesaria para desempeñar la función del perfil profesional del título, siendo el objetivo principal la capacitación para que adquiera los conocimientos necesarios para:

- La creación y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación.
- La elaboración de planes básicos de viabilidad económica y social.

El alumnado obtendrá las competencias necesarias para elaborar un plan de empresa para la creación de un comercio de alimentación, incluyendo un estudio de viabilidad económica y financiera, para la puesta en marcha del mismo. Asimismo, se pretende que el alumnado sea capaz de elaborar el plan de inversiones e identificar los recursos financieros necesarios.

Adquirirá competencias relacionadas con la gestión del comercio alimentario, a través del análisis tanto económico como financiero de dicho comercio.

Deberá interiorizar las competencias relacionadas con la gestión del proceso administrativo, contable, siendo capaces de diferenciar las partidas del balance, registrar operaciones contables y resultado del ejercicio.

En cuanto a la secuenciación de contenidos que se propone, parece adecuado comenzar con unos contenidos que sitúen al alumnado, como un técnico o técnica con la posibilidad de crear y desenvolverse en un pequeño comercio alimentario. Posteriormente, se estudiarán los distintos tipos de empresa, teniendo en cuenta las responsabilidades y obligaciones de los socios y socias; igualmente habrá que analizar el entorno que va a rodear a la empresa, buscando información sobre el mismo.

Una vez estudiados los contenidos anteriores, estamos en disposición de analizar las inversiones a realizar, principalmente en equipamiento y, además, tener presente las necesidades de personal, valorando los costes, tanto a largo como a corto plazo, en que vamos a incurrir al constituir este comercio.

Valorados los costes anteriores, llega el momento de analizar las posibilidades de financiarlos tanto con fondos propios como ajenos. En primer lugar, parece adecuado iniciarlo con la autofinanciación, por medio de aportaciones del empresario/a o socios/as, sin olvidarnos de buscar información sobre posibles subvenciones que se puedan obtener de organismos locales, autonómicos y estatales. Asimismo, se aconseja negociar con entidades bancarias, realizar una previsión de ventas, posibles gastos de explotación, sin olvidar en ningún momento que hay una serie de impuestos que también hay que abonar.

A continuación, se proponen unos contenidos básicos de contabilidad, realizaremos un estudio económico y financiero por medio de ratios a partir de la cuenta de pérdidas y ganancias y el balance de situación que permitirá analizar la viabilidad del comercio alimentario, siempre teniendo en cuenta los criterios de buenas prácticas y de respeto al medioambiente.

Estos contenidos se podrán actualizar o adaptar en función de innovaciones tecnológicas, actualización de software, tendencias, conceptos obsoletos, etc.

Por último, con toda la información recogida en el curso, se sugiere la puesta en marcha del comercio alimentario.

De manera transversal, en este módulo, sería interesante fomentar el empoderamiento de las mujeres, trabajando también aspectos como la capacidad de iniciativa, el liderazgo o la autoestima laboral, para mejorar de esta manera la autopercepción de las mujeres como empresarias y fortalecer su confianza a la hora de tomar sus propias decisiones.

Este módulo, tiene un contenido teórico-práctico, por lo que sería aconsejable que los contenidos teóricos se orientasen como una herramienta donde poder consultar y utilizar durante su actividad profesional futura. Es conveniente simultanear estos contenidos teóricos, con casos prácticos, que consoliden la motivación y el interés del alumnado y que, al estar relacionados con el emprendimiento y la creación de empresas, sería interesante acercar al alumnado a lo que está ocurriendo en el sector alimentario, a los cambios que se producen en dicho sector. Por ello, es interesante contactar con el mundo empresarial mediante, por ejemplo:

- Visitas a comercios alimentarios.
- Lectura de artículos relacionados con la innovación del sector alimentario.
- Charlas de profesionales de empresas del sector.

Por ello, en las actividades a realizar en el aula, se recomienda utilizar una metodología que fomente la participación, el trabajo en equipo y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), que permitan, entre otras cosas, limitar y/o eliminar el empleo de consumibles en la empresa, contribuyendo, de este modo, a la protección del medio ambiente.

- Realización de un proyecto de empresa en grupo utilizando técnicas innovadoras y simulando situaciones cercanas al mundo real del comercio alimentario.
- Lectura de artículos de prensa relacionados con aspectos relacionados con los contenidos del módulo.
- Utilizar aplicaciones informáticas de gestión contable y fiscal, así como hojas de cálculo para el estudio de la financiación y viabilidad de la empresa.
- Realización de ejercicios de simulación de un plan de inversiones, lo más reales posibles.

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 siguientes módulos profesionales:

- Ofimática aplicada al comercio alimentario: tratamientos de texto, presentaciones y principalmente en cálculos matemáticos con hojas de cálculo (préstamos),
- Comercio electrónico en negocios alimentarios: aspectos relacionados con la publicidad y manejo de redes sociales asociado al comercio alimentario.
- Gestión de un comercio alimentario: negociación con entidades bancarias, plan de tesorería.

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

**Código: 1607.**

**Duración: 130 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing digital y su integración en el plan de marketing global.
- b) Se han establecido los principales productos asociados a la idea de negocio, valorando sus características y estacionalidad.
- c) Se ha obtenido información sobre comercios al por menor entorno, como horarios, ofertas y promociones, y otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros, utilizando técnicas de observación directa y compra.
- d) Se ha analizado el potencial de ventas del producto ofertado y de los precios de la competencia del entorno.
- e) Se han analizado datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.
- f) Se han establecido o determinado las formas en que deben actuar los comerciales, la inversión en publicidad, y la prospección de distribuidores que satisfagan las necesidades detectadas.
- g) Se ha obtenido información sobre condiciones de venta de empresas proveedoras, relacionadas con la idea de negocio.
- h) Se han seleccionado las empresas proveedoras y canales de distribución a emplear, valorando la información recopilada.
- i) Se han determinado el precio provisional para cada producto, valorando los datos recopilados de la idea de negocio y los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario.
- j) Se han comparado estrategias de comunicación, con vistas a seleccionar la más adecuada, valorando las que se utilizan en el microentorno comercial donde desarrollará la idea negocio prevista.
- k) Se ha elaborado un plan de marketing mix con las acciones relativas a precio, producto, distribución y comunicación, en función de la información recopilada.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.
- b) Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.
- c) Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.
- d) Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.

- e) Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.
  - f) Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.
  - g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.
3. Determina precios de venta de productos alimentarios, aplicando métodos de fijación de precios y de estimación de costes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.
  - b) Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.
  - c) Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
  - d) Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.
  - e) Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.
  - f) Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.
  - g) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.
4. Establece las formas y canales de distribución del comercio alimentario, valorando el tipo y modelo de empresa intermediarias y las prestaciones que presentan.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha planificado la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.
  - b) Se han seleccionado los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.
  - c) Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.
  - d) Se han valorado distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, a fin de su adopción para el negocio, analizando los niveles del canal, el número y el tipo de empresas intermediarias, así como la posibilidad de distribución online.
  - e) Se ha calculado el coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.
  - f) Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.
  - g) Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.
5. Valora acciones de marketing, analizando indicadores de venta y utilizando instrumentos de evaluación comercial.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los criterios económicos y estratégicos que permiten valorar si las acciones de comunicación de empresa, logran el objetivo relacionado con la venta.

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

### **Contenidos.**

Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:

- Identificación del concepto de marketing y sus funciones.
- Plan de marketing: 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.
- Productos alimentarios asociados a la idea de negocio: La dimensión del producto. Gama y líneas de productos, familias y categorías, características y estacionalidad. Potencial de ventas.
- Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones de pago, estrategias de marketing, servicios al público y requerimientos exigidos para su funcionamiento. Horarios, ofertas y promociones, y otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros.
- Estudio de mercado. Análisis del entorno. Factores y variables del microentorno y del macroentorno. Fuentes de información. Requisitos para obtener una denominación de origen. Navarra y el sector agroalimentario. Conocimiento, promoción y difusión de los productos con denominación de origen Navarra. Público objetivo y competidores. Poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo. El estudio del comportamiento de la persona consumidora.
- Comerciales. Actuación.
- Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad. La marca. Concepto, finalidad y regulación legal, tipos de marcas.
- Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.
- Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección.
- Calculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta.
- Elaboración de planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.

Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios:

- La comunicación como instrumento de marketing. El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- 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 marketing directo.
- Técnicas de promoción en comercios alimentarios.
- Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.

Determinación de precios de venta de productos alimentarios:

- El precio como instrumento de marketing. Factores que condicionan el precio.
- Métodos de fijación de precios. Criterios: a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado. Costes y márgenes. Estrategia comercial de fijación del precio.
- Cálculo de costes de comercialización alimentaria. Tipos de costes.
- 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.

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

- La distribución comercial como instrumento de marketing. Canales de distribución. Concepto, estructura y tipos.
- Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario: Venta tradicional, online y autoservicio.
- Selección de canales de distribución de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial. Funciones y tipos. La franquicia. Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución.
- Estrategias de distribución. Relación de la empresa fabricante con la red de venta.
- Cálculo del coste de distribución según el tipo de producto alimentario. Transporte. Almacenamiento. Seguros, comisiones y márgenes comerciales.
- Cumplimentación de contratos de intermediación comercial.
- Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción del cliente.

Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria:

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

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

### ***Orientaciones didácticas.***

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. El desarrollo comercial del sector alimentario presenta peculiaridades y especificidades con características diferenciadoras de otros sectores.

Dichas funciones y peculiaridades condicionan los procesos productivos de la empresa encaminados a obtener productos perecederos y a su comercialización, a la par que 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.

El objetivo de este módulo es que el alumnado conozca los recursos de marketing necesarios para el desarrollo de la actividad comercial en establecimientos alimentarios físicos y online, diferenciarse de otros productos de la competencia y beneficiarse de los nuevos canales de venta.

En detalle, el mercado alimentario está condicionado por los cambios en los hábitos de consumo del cliente que afectan a los tipos de productos consumidos, cada vez más variados, elaborados y condicionados por la conciencia ecológica, social. Asimismo, estos cambios también están relacionados con el cuidado de la salud, la prevención de enfermedades y problemas alimentarios como alergias e intolerancias.

Sería aconsejable que, una vez detallados estos hábitos de consumo, los contenidos teóricos se orientasen hacia los conocimientos y la práctica sobre investigación de mercados y políticas de marketing orientadas a los cuatro elementos del marketing mix.

Desde este punto de vista, se hace recomendable para el profesorado la búsqueda o desarrollo de casos prácticos que permitan orientar al alumnado hacia la forma de utilizar estos recursos teóricos proporcionados.

La secuenciación de contenidos que se propone como más adecuada se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos. De esta manera, se trabajan todas las herramientas del marketing mix que puede controlar la empresa, dedicando un tiempo específico para cada una de ellas. Organizamos los contenidos en cinco bloques:

- Introducción al marketing. Análisis de mercado, competencia y cliente. El producto alimentario.
- Acciones de comunicación.
- Precios de venta de productos alimentarios.
- Formas y canales de distribución de productos alimentarios.
- Valoración de las acciones de marketing.

Estos contenidos se podrán actualizar o adaptar en función de innovaciones tecnológicas, cambios en los hábitos de consumo, nuevas necesidades alimentarias, actualización de software, tendencias, conceptos obsoletos, etc.

En la impartición de los contenidos y de manera transversal a lo largo de todo el proceso, es conveniente tener en cuenta aspectos relacionados con la utilización del lenguaje no sexista en el proceso de comunicación, así como el uso de imágenes no sexistas y no estereotipadas.

Es aconsejable adecuar la formación en marketing al sector alimentario. Por tanto, se propone:

- Realizar visitas a empresas especializadas en marketing y comercios alimentarios.
- Preparar visitas a ferias específicas del sector alimentario.
- Invitar a profesionales del sector a explicar en el aula aspectos concretos de su quehacer profesional.
- Utilizar el software apropiado para el desarrollo de actividades de marketing, entre ellos programas de gestión de clientes, programas de sistemas de información de marketing u otros.
- Utilizar equipos informáticos para poner en práctica el concepto de marketing on line y la figura de community manager.
- Recurrir a documentales, películas u otros materiales que permitan al alumnado introducirse en las diferentes variables del marketing.
- Análisis de casos de éxito de empresas alimentarias y productos alimentarios.
- Elaboración de proyectos de comunicación relacionados con el sector alimentario.

Es recomendable organizar este módulo en tres fases, que se irán sucediendo a través de los contenidos impartidos:

- Fase de explicación teórica de los conceptos y análisis de la información y los recursos. Es conveniente realizarla de la forma más participativa posible, llevando a cabo las técnicas de estudio más adecuadas para su aprendizaje. Esta fase incluye la realización de pruebas objetivas.
- Fase de aplicación práctica de estos conceptos. Aquí es donde se podrán combinar trabajos grupales o individuales donde el alumnado realice actividades como:
  - Analizar planes de marketing de empresas comerciales. Desarrollar nuevos productos alimentarios.
  - Desarrollar dinámicas grupales donde el alumnado adopte diferentes roles dentro de un departamento de marketing, como ventas, estudios o diseño de producto.
  - Llevar a cabo presentaciones por parte del alumnado, debates y otras fórmulas para poner en común los contenidos y las actividades realizadas.
- Fase de elaboración de un plan de marketing. En esta fase se realizará un trabajo grupal extenso, donde se pondrá a prueba la visión global que haya adquirido el alumnado. Se dividirán los grupos por funciones y elaborarán un plan de marketing para un comercio local de su elección y relacionado con el sector alimentario. Este trabajo incluirá una presentación final del mismo a la clase y al profesorado.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente la coordinación con los siguientes módulos profesionales:

- Constitución de pequeños negocios alimentarios: la definición del producto a vender y sus requerimientos está relacionado con el desarrollo del marketing de este apartado y por tanto del tipo de empresa.
- Comercio electrónico en negocios alimentarios: el comercio electrónico es una extensión complementaria del marketing y comparten parte de base del trabajo. Se recomienda preparar actividades o proyectos conjuntos que engloben ambos módulos.

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

**Código: 1608.**

**Duración: 150 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido la ubicación de mostradores, expositores y lineales, en función de los condicionantes requeridos, de la distancia de las cámaras o almacenes y de la legislación.
- b) Se han determinado las condiciones que se deben considerar en la distribución de superficies comerciales para respetar la normativa asociada a eliminación de barreras físicas, evacuación y salidas de emergencia.
- c) Se ha relacionado la ubicación de productos alimentarios en comercios, con sus características, las pautas de seguridad alimentaria y normas de prevención de riesgos.
- d) Se ha establecido la distribución de los elementos externos e internos de información y publicidad en los espacios interiores y de los productos alimentarios en el espacio de venta.
- e) Se ha definido la ubicación de los equipamientos en el establecimiento facilitando los desplazamientos de personas, carretillas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.
- f) Se ha supervisado el estado y distribución de las cestas y carros para mantener en todo momento el suministro y limpieza.
- g) Se ha supervisado el estado de limpieza del establecimiento, potenciando el atractivo y teniendo en cuenta la prevención de riesgos e higiene de trabajadores/as y clientes, y la normativa de seguridad alimentaria en el acondicionamiento del punto de venta.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha programado la reposición de productos no perecederos, en lineales, góndolas y expositores, atendiendo al índice de rotación, caducidad y al cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria.
- b) Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de venta, según la distribución de los productos.
- c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que animen a la venta de productos no perecederos, facilitando el control de la reposición y calidad de los productos.
- d) Se ha controlado la accesibilidad a los productos en los lineales, manteniendo su identificación de cara al cliente y permitiendo la visión de la marca y etiquetado.
- e) Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.
- f) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.
- g) Se ha controlado la temperatura ambiente, atendiendo la conservación de los productos y el confort de los clientes.
- h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.

3. Supervisa la exposición de alimentos perecederos en mostradores y vitrinas, analizando los aspectos del entorno que potencian las características del producto y animan a la venta, y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene correspondiente en función de su estacionalidad y caducidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la colocación de productos frescos, en mostradores, teniendo en consideración el sistema de rotación y reposición aplicando la normativa higiénico-sanitaria.
- b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despieceado y procedencia según criterios de calidad.
- c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.
- d) Se ha supervisado el estado de limpieza y el tratamiento de armarios y cámaras frigoríficas, asegurando el estado de conservación de los productos y el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria aplicable.
- e) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.
- f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos.
- g) Se han supervisado los tratamientos (agua rociada e hielo, entre otros) que garanticen el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión del hielo.
- h) Se ha organizado el transporte de los suministros a expositores y mostradores desde cámaras y almacén a fin del suministro rápido de los productos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementen la atención y captación del cliente.
- b) Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.
- c) Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los diferentes objetivos comerciales.
- d) Se han presentado vales descuento y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses del cliente, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.
- e) Se han presentado al cliente catas de alimentarios con el fin de dar a conocer nuevos productos o marcas.
- f) Se han programado la difusión de música ambiental y de ofertas de productos por la megafonía del espacio comercial, atendiendo a horarios y afluencia de público.
- g) Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los lugares idóneos para la ubicación de los elementos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.

- b) Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de videos clips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.
- c) Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética, en función del elemento decorativo o informativo a ubicar.
- d) Se han creado mensajes visuales a transmitir al cliente, consiguiendo la armonización entre forma, textura y color, mediante programas ofimáticos de tratamiento de textos e imágenes.
- e) Se ha supervisado el montaje de elementos decorativos garantizando que no entrañe riesgos para la seguridad de clientes y trabajadores/as, 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.

### **Contenidos.**

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 y características del producto. Normativa vigente.
- Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta. Elementos internos y externos.
- La ambientación del punto de venta y sus efectos. Condicionantes de la iluminación.
- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta.
- Ubicación de equipamientos en el comercio alimentario: 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.

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

- Programación de reposición de productos no perecederos. Estacionalidad y caducidad. Rotación de productos. Lineales, góndolas y expositores.
- Criterios comerciales de diseño y decoración de puntos de venta. Distribución de productos.
- Supervisión de la colocación de elementos visuales en lineales y puntos de venta. Operatividad.
- Control de accesibilidad a los productos no perecederos del lineal. Identificación y visibilidad de marca y etiquetado.
- Cartelería: informativa, de ofertas y promociones.
- Agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales. Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de los clientes.
- Sistemas de reparto del lineal. Determinación del surtido: características. Funciones y tipos de lineal: óptimo y mínimo. Tiempos de exposición.
- Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación: trazabilidad. Control de calidad y rendimiento de ventas.

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

- Productos frescos y su colocación expositores y mostradores. Rotación y reposición. Normativa higiénico-sanitaria.
- Productos cárnicos. Criterios de colocación: Despiezado, procedencia y categoría, entre otros.
- Productos perecederos. Localización y adquisición. Agrupación en mostradores y armarios. Familias de productos. Elementos de animación: Móviles y visuales.
- Supervisión de limpieza y tratamiento de armarios y cámara frigoríficos. Mobiliario. Mostradores, armarios y cámaras frigoríficas. Tipos.
- Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto: sistema APPCC Control de temperatura: tecnologías.
- Colocación de los productos en mostradores y vitrinas: efectos psicológicos y sociológicos.
- 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.

Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:

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

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 videos, clips publicitarios y demostrativos.
- Diseño y decoración de puntos de venta.
- Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación. Tipos de carteles. Recomendaciones para la correcta elaboración.
- Cartelería y señalética.
- Creación de mensajes visuales. 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/as.
- 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 didácticas.***

El módulo profesional de dinamización del punto de venta en comercios de alimentación pretende que el alumnado adquiera los conocimientos y habilidades para desempeñar las funciones de organización de espacios comerciales, desarrollo de acciones promocionales en establecimiento de alimentación y distribución física de alimentos perecederos y no perecederos en los espacios de venta.

Para ello, es recomendable que en la programación de este módulo se siga el orden secuencial que se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos. De esta forma, en primer lugar, se tratarán los aspectos relacionados con la organización de la superficie comercial, en segundo lugar, se abordará el estudio del control de existencias en la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en el establecimiento, para finalizar con los aspectos relativos a la programación y realización de acciones promocionales y publicidad en el punto de venta.

Estos contenidos se podrán actualizar o adaptar en función de innovaciones tecnológicas, actualización de software, tendencias, conceptos obsoletos, etc.

Es importante que el alumnado pueda disponer de un ordenador por persona en el aula, para realizar los trabajos y actividades propuestas, así como poder disponer del software actualizado adecuado. Este módulo cuenta con una importante parte práctica, por lo que sería recomendable dedicar al menos dos horas semanales al desarrollo de las actividades utilizando los ordenadores y a la práctica de actividades en el aula-taller de comercio. El aprendizaje de los contenidos se verá reforzado por el estudio de casos prácticos. Asimismo, se considera especialmente deseable y enriquecedor realizar presentaciones orales, trabajar por equipos, realizar visitas a establecimientos reales para ver la aplicación práctica de lo estudiado en clase y utilizar como apoyo las Nuevas Tecnologías.

Este módulo está directamente relacionado con los módulos de Mercadotecnia del comercio alimentario, Preparación y acondicionamiento de productos frescos y Ofimática aplicada al comercio alimentario, que pueden ser tratados o abordados por el profesorado de una forma complementaria, pudiendo ser enfocados desde los distintos puntos de vista que los diferentes módulos tratan, enriqueciendo de esta manera los contenidos abordados y sin caer en contradicciones o duplicidades. Por ello, será imprescindible la coordinación entre el profesorado que los imparta, con el fin de evitar repeticiones y poder desarrollar los contenidos de forma coordinada.

**Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.**

**Código: 1609.**

**Duración: 100 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la realización de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias.
- b) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.
- c) Se han establecido protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.
- d) Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.
- e) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).
- f) Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.
- g) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).
- h) Se ha valorado la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.

3. Atiende reclamaciones y sugerencias habituales en comercios alimentarios, aplicando los protocolos de actuación según la normativa vigente y las técnicas de negociación a utilizar para su resolución, y valorando el resultado del procedimiento.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.
- b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias cursando estas hacia el departamento u organismo competente.
- d) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos.
- e) Se han atendido las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad, y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones.
- f) Se han valorado las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta.
- g) Se ha valorado las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- d) Se han evaluado los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.
- e) Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.
- f) Se han valorado la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial.
- g) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.

### **Contenidos.**

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.
- Planificación de las ventas. Objetivos y acciones. Plan de atención comercial. Fases del proceso de venta.
- Acciones de formación, motivación y promoción del personal del comercio alimentario. Objetivos.
- Elaboración del argumentario de ventas. Puntos fuertes y débiles. Tipo y comportamiento del cliente.
- Protocolo de atención al cliente: Quejas y reclamaciones. Normativa de protección del consumidor. Regulación autonómica y local.
- Mejora de la atención comercial. Retroalimentación.

Supervisión de la transmisión de información comercial al cliente:

- Supervisión de protocolos de atención al cliente. Técnicas de comunicación en negocios alimentarios: Verbales y no verbales. Características del cliente. Resolución de contingencias.
- Supervisión de la atención telefónica. Protocolos, finalidad y técnicas de locución.
- 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.

Atención de reclamaciones y sugerencias del cliente en comercios alimentarios:

- Protocolo de devoluciones, sugerencias, quejas y reclamaciones. Complimentación de documentación y tramitación. Plazos. Presentación ante Organismos.
- Derechos del consumidor. Normativa sobre reclamaciones.
- Resolución de reclamaciones. Notificación de resolución de reclamaciones: Oral, escrita y telemática.
- Técnicas de negociación y comunicación en quejas y reclamaciones: Escucha activa, empatía y asertividad.

- Valoración de las consecuencias administrativas de la mala gestión de una reclamación.
- Valoración de sugerencias e incidencias de las quejas y reclamaciones. Retroalimentación.

Gestión de la atención comercial con los proveedores:

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

Valoración de la eficacia del servicio de atención comercial:

- Establecimiento de los estándares de calidad. Atención comercial en negocios alimentarios.
- Técnicas de fidelización del cliente: promociones, descuentos, tarjeta de puntos. Valoración del servicio: sistemas de evaluación inmediata y sistemas diferidos.
- Valoración de incidencias en el comercio alimentario. Estrategias y criterios de mejora.
- Gestión de incidencias y reclamaciones. Clasificación y posibles tratamientos.
- 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 didácticas.***

El enfoque de este módulo se basa en el cliente como principal referencia de la empresa, en general, y del área comercial, en particular. Su objeto es mostrar al alumnado las claves de la atención al cliente en la empresa, así como con los proveedores de la misma; y entrenarlos en el recurso de la comunicación en sus distintas expresiones y medios.

Es recomendable incidir en las competencias y habilidades necesarias para el desarrollo eficaz de la función comercial, como son la corrección y profesionalidad en la comunicación (oral -cara a cara o telefónica- y escrita) con público-cliente, en la capacidad de negociación, la productividad personal, la motivación del equipo y la capacidad de adaptación a los cambios y los avances tecnológicos en su futuro ámbito de trabajo.

La secuenciación de contenidos que se propone como adecuada se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos. No obstante, el equipo docente podrá establecer otro orden diferente en función de las necesidades de coordinación que se planteen, para evitar duplicidades de contenidos organizados de la siguiente manera:

- En el primer bloque, el alumnado tomará conciencia de las funciones y responsabilidades de un departamento de ventas, en general y del equipo de trabajo, en particular; así como la formación necesaria para atender un comercio alimentario. A continuación, podrá desarrollar y poner en marcha un protocolo de atención de clientes y así poder asesorarlos convenientemente, con las características y particularidades que el producto alimentario posea.

- Posteriormente, conocerá las técnicas de negociación y comunicación ante posibles quejas o reclamaciones, mostrando empatía y asertividad con el cliente. Teniendo en cuenta las exigencias del cliente, se procederá a la búsqueda y selección de proveedores, así como a gestionar los pedidos de los productos alimentarios.
- Por último, aprenderá a valorar los protocolos anteriormente desarrollados tanto en el grado de satisfacción de clientes, como en incidencias y reclamaciones y así poder establecer criterios de mejora.

Se considera conveniente realizar una presentación global de los contenidos y objetivos del módulo, para que el alumnado tenga una visión global del mismo, con el apoyo de los recursos más adecuados.

En la impartición de los contenidos y de manera transversal a lo largo de todo el proceso, es conveniente tener en cuenta aspectos relacionados con la utilización del lenguaje no sexista en el proceso de comunicación, así como el uso de imágenes no sexistas y no estereotipadas.

Sería aconsejable adecuar este desarrollo curricular a los nuevos requerimientos generados por los cambios producidos en el mundo profesional, tanto los tecnológicos como los producidos en la comercialización y organización de las empresas dentro del sector servicios, de ahí la posibilidad de utilizar las siguientes estrategias:

- Visitas de profesionales del sector que expongan las demandas de la empresa y el perfil que solicitan para un puesto de atención al público-cliente.
- Visionado de documentales, artículos, que reflejen aspectos comunicativos en el sector comercial, tanto en la relación con los clientes como con los proveedores.
- Participación y análisis de dinámicas de grupos que reflejen las distintas respuestas ante posibles quejas o reclamaciones, utilizando casos reales.
- Simulaciones de atención, tanto presencial como telefónica, dando información, y/o negociando y resolviendo quejas, reclamaciones, etc., por parte del alumnado, que se grabarán en vídeo para su posterior análisis.
- Sería interesante diseñar actividades basadas en pequeños proyectos, de manera que el alumnado pueda investigar el origen del producto alimentario, y así valorar nuestra cultura y el origen de los proveedores; organizar un stand de feria de alimentaria, etc.

La pedagogía de este módulo combina el aprendizaje de los conceptos y herramientas de la gestión comercial y el entrenamiento en las competencias y habilidades necesarias para las personas que desarrollan funciones comerciales de cara al público. De ahí que, aunque se utilice la exposición, la estrategia principal estará basada en el aprendizaje participativo, partiendo de casos reales o desarrollando pequeños proyectos para trabajar en grupo.

El alumnado debe conocer y dominar las estrategias y herramientas comunicativas para desenvolverse en conversaciones orales, bien cara a cara, bien por teléfono, y para gestionar cualquier aspecto relacionado con el proceso comunicativo y de organización de un departamento de ventas, (asesoramiento al cliente, resolución de dudas, quejas, reclamaciones, relación con proveedores...). No basta con que estos contenidos se conozcan, es imprescindible que el alumnado sepa aplicarlos a las situaciones reales que se presentan en la venta. Se proponen, a lo largo del curso, simulaciones o representaciones de situaciones como modo de ilustrar vivamente un concepto o técnica.

Este módulo guarda relación con los contenidos impartidos en los módulos:

- Comercio electrónico en negocios alimentarios: permite al alumnado la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación y dar forma on-line, a los proyectos desarrollados en primer curso.
- Preparación de productos frescos y transformados: asesora al cliente, teniendo en cuenta sus necesidades sobre producto fresco, el tipo de corte, etiquetado, etc.

–Mercadotecnia del comercio alimentario: permite al alumnado la utilización de conceptos de marketing en la venta del producto alimentario.

Sería conveniente realizar una evaluación inicial al comienzo de curso del nivel alcanzado, tanto en comunicación oral y escrita como en el uso de las herramientas informáticas, para adecuar los contenidos y procedimientos de este módulo antes de su impartición.

**Módulo Profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.**

**Código: 1610.**

**Duración: 140 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

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

2. Establece los sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) y de la trazabilidad, delimitando las variables a controlar que garanticen la inocuidad de los alimentos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha documentado y trazado el origen, las etapas del proceso y el destino del alimento.
- b) Se han realizado los controles que identifican los peligros potenciales (físicos, químicos y biológicos) y que pueden aparecer en cada etapa del proceso.
- c) Se han detectado los peligros que determinan los puntos críticos de control y el límite crítico.
- d) Se han establecido las medidas de control y las acciones correctivas que aseguren la seguridad del sistema.
- e) Se han aplicado las principales normas voluntarias implantadas en el sector alimentario (BRC, IFS, UNE -EN ISO 9001:2000, UNE -EN ISO 22000: 2005 y otras).
- f) Se han relacionado el contenido de las guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental con su uso en el comercio.
- g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los procedimientos de manipulación de alimentos en las actividades que se realizan en el establecimiento comercial aplicando las normas higiénico-sanitarias en condiciones que garanticen su salubridad.
  - b) Se han establecido las medidas preventivas que garanticen la inocuidad de los alimentos a través de controles higiénico-sanitarios.
  - c) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos y en su caso modificado las conductas inadecuadas.
  - d) Se han supervisado los procedimientos de actuación frente a alertas alimentarias actuando según la reglamentación establecida y siguiendo el protocolo definido en el establecimiento comercial.
  - e) Se han supervisado los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario identificando el punto crítico o lote donde se produce la alteración.
  - f) Se han valorado las aportaciones del personal del establecimiento comercial, aplicando las propuestas de mejora relativas a las condiciones higiénico-sanitarias.
  - g) Se ha establecido el protocolo de recogida de muestras testigo que incluya el método de identificación y características de la muestra, recipientes adecuados y tiempo de conservación en cámaras frigoríficas.
4. Gestiona el tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva reconociendo sus implicaciones a nivel sanitario y ambiental.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial, atendiendo a su clase, clasificación y transporte entre otros.
  - b) Se ha garantizado que el tratamiento de los subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) cumple los requisitos normativos en todas las fases de manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.
  - c) Se han clasificado en contenedores los distintos tipos de residuos generados diferenciándolos según su origen, tipo, estado y necesidad de reciclaje, depuración o tratamiento.
  - d) Se ha controlado la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.
  - e) Se ha supervisado la recogida de los productos caducados, y los que no se usen finalmente para el consumo humano (congelados fuera de la cadena, pasados de fecha de consumo preferente, deteriorados, etc.) a fin de su tratamiento de gestión de residuos o SANDACH.
  - f) Se ha supervisado la aplicación de las técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos.
  - g) Se han controlado las no-conformidades y las acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.
  - h) Se ha supervisado la señalización y maniobra de las zonas donde se ubican los contenedores, así como su diferenciación, según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.
5. Establece los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuestos para la venta, garantizando sus condiciones organolépticas y sostenibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han planificado las acciones del proceso de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de que sean frescos o perecederos, sostenibles, ecológicos, entre otros, garantizando la mejor idoneidad para su consumo.

- b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas del y sección de venta pertinente.
- c) Se ha determinado el estado de los productos frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura, color, tamaño, aspecto visual y madurez, entre otros.
- d) Se ha determinado y comprobado el estado de los productos sostenibles, de comercio justo y de gourmet, garantizado que se mantienen sus condiciones organolépticas.
- e) Se ha valorado el estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades (diabetes, hipertensión e hipercolesterolemia, entre otros) alergias alimentarias e intolerancias (celiacas, a la lactosa y al huevo, entre otras), determinando que se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia la normativa vigente de salubridad.
- f) Se ha determinado el estado de los productos no perecederos atendiendo al estado del envasado, y fechas óptimas de consumo.
- g) Se ha determinado y comprobado el estado de las bebidas y licores, atendiendo a su color, aroma, cuerpo, aspecto visual, añada y temperatura, entre otros.
- h) Se ha evaluado el sistema de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de la satisfacción del cliente y los criterios comerciales.

### **Contenidos.**

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. Normativa: 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). Frecuencia y normativa.
- Supervisión y comprobación de la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de equipos e instalaciones.
- Supervisión y verificación de envases, embalajes y etiquetado. Tipos y normativa.
- Supervisión del registro de incidencias del plan de limpieza y desinfección.
- Verificación de medidas correctivas propuestas.
- Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.

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. Seguridad del sistema.
- Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario: BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000: 2005. Análisis e interpretación.

- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.
- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APPCC en la comercialización alimentaria.

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. Enfermedades transmitidas por los alimentos.
- Guía de 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. P.

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.
- Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos: manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.
- Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento. Contenedores de SANDACH.
- Supervisión de las técnicas de recogida de productos caducados. Tratamiento y gestión.
- Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.
- Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

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.
- Determinación del estado de los productos frescos. Condiciones organolépticas.
- Determinación del estado de los productos sostenibles: de comercio justo y de gourmet.
- Valoración del estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades, intolerancias y alergias alimentarias. Patologías: diabetes, hipertensión, hipercolesterolemia, entre otros. Intolerancias: Celiacos, a la lactosa y al huevo, entre otras). Fecha de caducidad 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.
- Valoración de la calidad de los productos alimentarios. Satisfacción del cliente. Criterios comerciales.

### ***Orientaciones didácticas.***

Este módulo va a permitir al alumnado situarse en los aspectos referidos a la seguridad alimentaria y ambiental. Aporta la formación necesaria para procesar los alimentos aplicando las correspondientes normas de higiene y manipulación según el tipo de producto, análisis de APPCC, realizando el control de los residuos generados (SANDACH).

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera los conocimientos y destrezas básicas para la planificación, organización y control del plan de limpieza, los sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria y la manipulación de alimentos, así como la supervisión del etiquetado, requeridos en el sector productivo relacionado con la comercialización de productos alimentarios.

Desde ese punto de vista, el alumnado ha de desarrollar habilidades para la elaboración de un plan de limpieza, llevar a cabo de forma eficiente la gestión de sistemas de autocontrol, así como la gestión del tratamiento de los residuos y una correcta planificación de los sistemas de calidad de productos alimentarios para la venta.

En principio, la secuenciación de contenidos que se propone más adecuada, se corresponde con el orden de presentación expuesto en el apartado de contenidos básicos, organizado en cinco bloques. Inicialmente sería aconsejable la elaboración de un plan de limpieza. Se continuaría por la gestión de sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basado en el APPCC y control de trazabilidad y todos los contenidos que eso conlleva. Posteriormente, podría verse el control de las condiciones higiénico-sanitarias derivadas de la manipulación de alimentos y posibles peligros asociados a malos hábitos. Para continuar con la gestión en el tratamiento de residuos. Finalizaríamos el módulo con el bloque sobre la planificación de los sistemas de calidad de productos alimentarios para la venta.

Estos contenidos se podrán actualizar o adaptar en función de innovaciones tecnológicas, nuevas tendencias relacionadas con la industria alimentaria, actualizaciones de software, conceptos obsoletos, nuevas formas de realizar comercio, etc.

Respecto a la metodología aplicada, pese a ser un módulo de carácter teórico, es conveniente que el alumnado sea protagonista y responsable de su aprendizaje, lo que se ve favorecido con el uso, en la medida de lo posible, de metodologías activas de aprendizaje colaborativo que, además de asentar las competencias específicas del módulo, desarrollan competencias básicas y generales mejorando las relaciones interpersonales, la capacidad de comunicación, habilidades de organización y la autonomía personal.

Se recomienda realizar proyectos que incluyan actividades prácticas en las que el alumnado tenga que elaborar un plan de limpieza, la gestión de un sistema de APPCC, un plan de recogida y utilización de residuos, el etiquetado o la formulación de una guía práctica en la correcta manipulación de los alimentos. De este modo, se pretende conseguir simular lo más fielmente posible una situación real. Así mismo, se pueden plantear proyectos intermodulares, por ejemplo, con el módulo de segundo curso, Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados, con el que guarda una estrecha relación.

En relación a la utilización de recursos para impartir el módulo, se considera conveniente la dotación de un aula teórica (proyector, pantalla, equipos individuales informáticos...) y de un aula práctica (cámaras, máquina de vacío, tablas de corte, cuchillos, cortafiambres, timbres, sistema de agua caliente...) donde llevar a cabo los resultados de aprendizaje del mismo.

Se considera conveniente la organización de visitas a empresas destinadas a la comercialización de productos alimenticios (diferentes conserveras de Navarra) o charlas con responsables de calidad o seguridad-alimentaria de dichas empresas, así como posibles expertos en la manipulación de alimentos (carnes, pescados, hortalizas, frutas, lácteos). Estas actividades proporcionan al alumnado una visión más real de lo visto en el módulo e información directa de la industria alimentaria.

Por la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, 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 transformados y el módulo de Logística de productos alimentarios de este ciclo formativo.

Por último, en cuanto a la evaluación del módulo, y dado que la misma debe tener un carácter continuo, sería conveniente que al final de cada unidad de trabajo, se realice una actividad global práctica, en la que se repasen todos los contenidos vistos en ella y se incluyan aquellas competencias que el alumnado no ha conseguido asimilar y así incidir en su aprendizaje. Asimismo, el seguimiento individualizado de actividades realizadas en el aula (ya sea teórica o en el taller) o como tareas de trabajo individual o grupal en la presentación del cuaderno de actividades y los aspectos actitudinales, sería una recomendación para comprobar la asimilación de contenido por parte del alumnado.

**Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.**

**Código: 1614.**

**Duración:150 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.
- b) Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.
- c) Se ha realizado la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página.
- d) Se han tratado los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.
- e) Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.
- f) Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.
- g) Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado cálculos de ventas y compras utilizados en la gestión de un pequeño comercio alimentario aplicando las principales funciones de la hoja de cálculo y de representación de gráficos.
  - b) Se ha elaborado documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.
  - c) Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientes y proveedores, empleando representaciones gráficas y texto.
  - d) Se ha automatizado la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo.
  - e) Se ha realizado el formateo de celdas, filas, columnas y hojas en presentación de los documentos de hoja de cálculo permitiendo su agilización y presentación.
  - f) Se han introducido textos, códigos e imágenes relativas a productos alimentarios, utilizando aplicaciones ofimáticas de hoja de cálculo.
  - g) Se han valorado inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.
  - h) Se han presentado documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.
4. Mantiene y actualiza datos relacionados con la actividad comercial alimentaria, utilizando bases de datos ofimáticas y cumpliendo normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros.
  - b) Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
  - c) Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.
  - d) Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticas, haciendo amigable y atractiva su presentación.
  - e) Se han extraído los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.
  - f) Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.
  - g) Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.
5. Organiza la información y la documentación asociada a la actividad comercial, aplicando técnicas de organización y archivo, tanto manual como informático; y cumpliendo las especificaciones de la normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.
- b) Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.
- c) Se ha gestionado la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.

- d) Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.
- e) Se ha registrado y archivado la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.
- f) Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.
- g) Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.
- h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.

### **Contenidos.**

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

- Edición de textos comerciales alimentarios mediante aplicaciones informáticas.
- Importación y exportación de datos sobre productos alimentarios. Conversión de datos entre aplicaciones informáticas.
- Maquetación ofimática relativa al comercio alimentario: textos e ilustraciones, paginación. Elaboración de índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. Publicaciones online. Aplicaciones ofimáticas de maquetación. Presentación de diapositivas comerciales alimentarias. Presentaciones publicitarias. Tratamiento del texto. Estilo. Imágenes y sonidos libres de derechos. Aplicaciones ofimáticas de presentaciones.
  - Diseño de diapositivas: en blanco, de título, con objetos.
  - Transiciones: tipos, velocidad, sonido.
  - Animaciones. Efectos.
  - Integración de videos y sonidos libres de derechos.
- Elaboración de carteles y ofertas corporativas. Publicación vía impresión. Publicación y difusión online.
- Protección de materiales elaborados y protocolos de seguridad. Resolución de incidencias.

Confeción 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.
- 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.
- Fases de elaboración de material audiovisual: el guión. Obtención de imágenes e inclusión de sonidos.

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.

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).
- 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.

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 didácticas.***

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para la elaboración de documentación y materiales gráficos en soporte informático atendiendo a la utilización de las aplicaciones informáticas necesarias para la actividad comercial. El proceso enseñanza y aprendizaje será eminentemente práctico, utilizando las herramientas informáticas que se precisen en cada proceso.

Teniendo en cuenta que muchos de los contenidos de este módulo (tratamiento de textos, hojas de cálculo, bases de datos, etc.) son herramientas para realizar trabajos procedimentales en los demás módulos del ciclo, se aconseja comenzar dicho módulo, con materia que sitúe al alumnado y le dé una visión general de los contenidos que se van a trabajar en el módulo. Una vez realizada la presentación del módulo, la secuenciación del mismo podría ser la siguiente:

- Se comenzará el módulo con el bloque de contenidos 5, Organización de la información y la documentación asociada a la actividad comercial, en el que se le enseñará al alumnado cómo

organizar la información y la documentación asociada a la actividad comercial. La razón de comenzar con dicho bloque reside en la importancia de transmitir al alumnado la necesidad de llevar un orden y control de toda la información que generamos en la empresa. Al mismo tiempo, será importante realizar ese orden y control del contenido, tanto digital como físico, que se genera en los diferentes módulos del ciclo.

–Al tratarse de un módulo donde las herramientas informáticas ayudan a realizar materiales informativos y publicitarios, se continuará con el bloque de contenidos 1, Realización de materiales informativos del comercio alimentario, con presentaciones de textos e imágenes, en el que se utilizarán las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y de presentaciones. El conocimiento y manejo de estas aplicaciones será fundamental para el resto de módulos, ya que permitirá que las presentaciones de los trabajos elaborados en los diferentes módulos sean presentadas de forma coherente, atractiva y coordinada.

–A continuación, se impartirán los bloques de contenidos 3 y 4, Elaboración documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos y Mantenimiento y actualización de bases de datos relacionados con la actividad comercial alimentaria, respectivamente, más propios de la gestión de la actividad comercial. Estos bloques trabajan las aplicaciones informáticas de uso general (hojas de cálculo y bases de datos). Como se ha comentado, son herramientas que, con total seguridad, se utilizarán en otros módulos del ciclo. La razón de impartirlo en este momento, es que el alumnado pueda adquirir los conocimientos necesarios para trabajar en otros módulos del ciclo, donde se requiera los contenidos de dichos bloques.

–Una vez impartidas las aplicaciones informáticas de uso general, se impartiría el bloque de contenidos 2, Confección de folletos publicitarios para comercios alimentarios. Este bloque trata sobre la confección de materiales gráficos, informativos y publicitarios para el comercio. En este bloque se utilizarán plantillas de programas ofimáticos de edición y de diseño gráfico. Muy posiblemente, el contenido de este bloque se utilice en menor medida en el desarrollo del resto de módulos, por lo que es preferible impartir primero los anteriores, por ser más comunes.

Los contenidos detallados se podrán actualizar o adaptar en función de innovaciones tecnológicas, actualización de software, tendencias, conceptos obsoletos, etc.

Se recomienda la realización de ejercicios totalmente prácticos, en los que se apliquen los conocimientos adquiridos en la fase conceptual. Es conveniente que los ejercicios que se vayan realizando incrementen progresivamente la exigencia en el nivel de conocimientos y dificultad, integrando en los ejercicios posteriores los aspectos vistos en los anteriores porque, de este modo, a la vez que se incrementa el nivel de conocimientos, se refuerza lo aprendido anteriormente. Se aconseja realizar, al final del curso, un ejercicio práctico que englobe, en la medida de lo posible, la totalidad de los conocimientos adquiridos por separado anteriormente.

Es importante que el alumnado pueda disponer de un ordenador por persona en el aula, para realizar los trabajos y actividades que se propongan, lo que facilitará poder comprobar su evolución a través del tiempo, sin distorsiones causadas por la utilización conjunta del ordenador con diferentes miembros del grupo.

Por otra parte, dado el carácter eminentemente práctico de este módulo, es conveniente contemplar la posibilidad de realizar otras actividades que refuercen la motivación e interés del alumnado. Estas actividades podrían basarse en la interrelación y trabajo común con otros módulos, la realización de casos reales extraídos de medios de comunicación, empresas reales, o interactuar con el entorno de manera directa, etc.

Para finalizar, el profesorado de este módulo fomentará al máximo el trabajo en equipo, ya que, en el mundo empresarial, es absolutamente necesario el intercambio de trabajos, informes, datos, etc., realizados con las diferentes herramientas informáticas.

**Módulo profesional: Inglés básico I.**

**Código: NA04.**

**Duración: 60 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Comprende información escrita contenida en textos breves y sencillos redactados en lenguaje formal, relacionados con la vida diaria o la actividad habitual del campo profesional correspondiente, empleando criterios de contextualización.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido un número suficiente de palabras clave para interpretar con corrección, de manera global, la información contenida en un documento breve y sencillo relacionado con la actividad ordinaria o la profesional.
- b) Se ha identificado y extraído información, de carácter predecible –nombres, fechas, precios, horas– de materiales de uso habitual en la práctica profesional que utilicen vocabulario frecuente, tales como folletos, catálogos, manuales, etc., y de otros documentos de la vida diaria –anuncios, menús, horarios, etc.–
- c) Se han extraído de modo preciso informaciones concretas contenidas en los documentos intercambiados en la relación profesional habitual –cartas comerciales, faxes, correos electrónicos, formularios,....– para su adecuada tramitación.
- d) Se han interpretado instrucciones sencillas relativas a la actividad profesional ejecutando o simulando la ejecución de las acciones indicadas.
- e) Se han identificado y aislado con precisión consejos o advertencias contenidos en señales, letreros, mensajes de ordenador, etiquetas, pictogramas, etc., de presencia habitual en la vida diaria y en la actividad profesional, para evitar riesgos derivados del uso inadecuado de productos, materiales, equipos o instalaciones.
- f) Se han utilizado las herramientas de traducción de manera apropiada, seleccionando el significado que se adecue al contexto de uso y a la cohesión requerida.

2. Comprende información contenida en discursos orales sencillos emitidos a una velocidad lenta en lengua estándar, referidos a actividades ordinarias o profesionales predecibles, analizando el mensaje en su globalidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la idea general de un discurso oral sencillo relacionado con asuntos de interés personal.
- b) Se han comprendido detalles contenidos en indicaciones verbales sencillas para realizar una actividad ordinaria concreta, tal como usar un transporte público, aunque a veces requiera que se le repita el discurso.
- c) Se han reconocido las informaciones esenciales contenidas en un discurso simple percibido a través de medios audiovisuales sobre asuntos predecibles, tal como un aviso a través de un altavoz.
- d) Se ha captado la información esencial de una noticia emitida en televisión cuando se ha emitido con claridad, en lengua estándar y con soporte visual de la misma.

3. Redacta textos sencillos y cumplimenta formularios o documentos normalizados que se emplean habitualmente en el ámbito profesional aplicando la necesaria corrección gramatical y ortográfica, en un registro neutro o formal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado documentos sencillos de carácter rutinario –cartas de presentación, descripciones breves de actividades habituales, etc.– empleando oraciones y frases simples enlazadas

con conectores que las unan u ordenen cronológicamente de forma coherente, empleando el vocabulario adecuado y, en su caso, plantillas de texto y fórmulas estandarizadas de saludo, despedida, agradecimiento, etc.

- b) Se han utilizado con corrección estructuras gramaticales sencillas aunque se pueda cometer algún error básico sistemático, tal como confundir tiempos verbales.
- c) Se ha empleado un vocabulario básico general de amplitud suficiente para cubrir las necesidades comunicativas habituales que se producen en la vida diaria y en el entorno profesional en situaciones y temas conocidos.
- d) Se han escrito las palabras de uso más habitual con corrección ortográfica.
- e) Se han tomado notas de mensajes breves y sencillos que recojan información relevante, teniendo oportunidad de pedir que se repita o reformule el mensaje.
- f) Se han utilizado las herramientas de traducción con criterios de coherencia y contextualización.

4. Produce mensajes orales sencillos referidos a las actividades cotidianas personales o profesionales, empleando estructuras básicas y vocabulario suficiente para las necesidades comunicativas básicas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado con corrección frases y fórmulas comunicativas estandarizadas o memorizadas para referirse a situaciones habituales, principalmente en discursos descriptivos.
- b) Se ha empleado un vocabulario suficiente para desenvolverse en situaciones predecibles de la vida cotidiana y apropiado para referirse a las actividades profesionales.
- c) Se ha mantenido una corrección gramatical suficiente para que no distorsione el significado del mensaje, aunque se cometan errores básicos.
- d) Se ha emitido el discurso con una pronunciación suficientemente clara y comprensible, aunque sea manifiesto el acento extranjero.
- e) Se ha reformulado el discurso cuando el interlocutor lo requiere para mejorar la comprensión del mismo.

5. Se comunica en inglés con otras personas en intercambios relacionados con asuntos predecibles, manteniendo un intercambio muy breve, sencillo y directo sobre asuntos cotidianos o propios de la actividad profesional.

Criterios de evaluación:

- a) Se han planteado y contestado preguntas sencillas referidas a temas cotidianos del trabajo o del tiempo libre.
- b) Se ha participado en intercambios verbales muy breves sobre situaciones rutinarias en las que se abordan temas conocidos, aunque no es capaz de mantener una conversación prolongada.
- c) Se ha comprendido lo suficiente como para desenvolverse en intercambios sociales breves, requiriendo ocasionalmente repeticiones parciales o completas del discurso emitido con claridad y lentitud por los interlocutores, cuando se refiere a situaciones predecibles.
- d) Se han formulado opiniones y propuestas sencillas, y respondido a ellas, en situaciones informales con personas conocidas.
- e) Se han empleado las convenciones y fórmulas de cortesía adecuadas para saludar, despedirse, disculparse y dirigirse a las personas.
- f) Se han aplicado las convenciones de relación social propias del país del interlocutor.

## **Contenidos.**

### Contenidos léxicos:

- Vocabulario y terminología básica específica del campo profesional.
- Vocabulario y terminología referente a la vida cotidiana, con especial referencia a ocio y tiempo libre, viajes, sentimientos personales, rutinas y hábitos de vida, vestido, alimentación, vivienda, compras.

### Contenidos gramaticales:

- Tiempos verbales: pasado simple y continuo, futuro, condicional tipo I, presente perfecto.
- Voz pasiva: presente y pasado simple.
- Comparativos y superlativos.
- Oraciones de relativo especificativas.
- Preposiciones, conjunciones y adverbios.
- Elementos de coherencia y cohesión: conectores.
- Signos de puntuación.

### Contenidos funcionales:

- Saludar y despedirse en situaciones sociales habituales.
- Formular y responder preguntas para obtener o dar información general y profesional, pedir datos, etc.
- Comparar y contrastar.
- Mostrar acuerdo y desacuerdo.
- Expresar intenciones y planes.
- Expresar gustos y preferencias y obligación.
- Describir personas y rutinas.
- Identificar el tema general de un texto sencillo.
- Redactar textos sencillos sobre temas de interés personal o profesional.
- Redactar CVs, cartas de presentación con datos personales.
- Cumplimentar formularios o documentos de uso habitual.
- Utilizar con criterio contextual diccionarios, manuales u otros materiales de referencia, incluyendo los medios electrónicos, para encontrar el significado adecuado a cada contexto de palabras desconocidas.
- Presentar oralmente informaciones sencillas sobre temas conocidos en una secuencia lógica.
- Realizar preguntas y peticiones relacionadas con actividades básicas habituales.
- Describir actividades personales habituales presentes o pasadas.
- Utilizar estrategias de comunicación no verbal para reforzar la interacción oral.

### Contenidos socioprofesionales:

- Identificar y analizar las normas, protocolos y hábitos básicos que rigen las relaciones humanas y socioprofesionales propias de los países de donde proceden los clientes y/o los profesionales con quienes se comunica.
- Identificación y aplicación de las pautas de comportamiento para interactuar en inglés, teniendo especialmente en cuenta las convenciones de cortesía en uso en el ámbito de internet.

- Curiosidad, respeto y actitud abierta hacia otras formas de cultura y hacia las personas que la integran.
- Disposición para el trabajo en pares y grupos, y en entornos multidisciplinares.

### ***Orientaciones didácticas.***

El módulo profesional de Inglés básico I tiene como objetivo fundamental reforzar la competencia lingüística del alumnado, haciendo especial hincapié en las destrezas que le permitan desenvolverse con comodidad en las situaciones comunicativas habituales de la vida profesional.

Aunque diversos estudios centrados en el análisis de las demandas efectuadas por la empresas nacionales en relación al conocimiento de idiomas, y a los métodos utilizados para detectar las competencias lingüísticas en la selección de candidatos, ponen de manifiesto que dichas demandas requieren un conocimiento del idioma no especializado, en este nivel educativo se entiende que la formación en inglés que proporciona este módulo, junto con el módulo de Inglés que se imparte en segundo curso, sirven principalmente como soporte para la consecución de las competencias definidas en el perfil profesional, sin renunciar a la mejora de la competencia comunicativa del alumnado en situaciones de la vida diaria. Por ello, se deben proporcionar al alumnado los medios que le permitan el desarrollo de destrezas lingüísticas específicas, adecuando el aprendizaje del idioma a sus necesidades en el contexto profesional.

Con esta finalidad, el proceso de enseñanza-aprendizaje se debería enfocar desde un punto de vista eminentemente práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que este adquiera conciencia de la necesidad de manejarse con un mínimo de solvencia en el idioma objeto de aprendizaje. Por tanto, se sugiere emplear una metodología de enseñanza-aprendizaje a través de tareas o, lo que es lo mismo, actividades con objetivos concretos, que favorecen una mayor y más activa exposición del alumnado al idioma.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje han de diseñarse de manera que sitúen al alumnado en situaciones comunicativas lo más auténticas posible. Teniendo en cuenta el perfil profesional de este técnico/as, resulta necesario potenciar de manera especial las destrezas de comprensión, producción e interacción orales tanto en mensajes profesionales como cotidianos, ya que el incremento del número de clientes/turistas de otras nacionalidades que utilizan el inglés como idioma de comunicación, hace que el empleo de este idioma resulte imprescindible y, por tanto, se convierta en un factor más de exigencia para estos profesionales. Estas destrezas serán objeto de profundización en el módulo de inglés que se imparte en segundo curso y que se configura como un paso más en la necesaria capacitación lingüística del futuro profesional del sector.

En cuanto a la utilización de recursos, las tecnologías de la información, especialmente Internet y el correo electrónico, suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, ya que la mayor parte de ellas se producen actualmente, tanto dentro como fuera de la empresa, en soporte informático, para lo cual resulta imprescindible manejar eficazmente dichas tecnologías. Así mismo, surge de manera lógica la necesidad de coordinarse con el resto de módulos técnicos de este título como fuente de materiales auténticos para su utilización en el aula.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, garanticemos que el alumnado conozca las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticos y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

**Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.**

**Código: 1616.**

**Duración: 100 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes, y formación propia para la toma de decisiones.
- b) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral en el ámbito local, regional, nacional y europeo para el 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 itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.
- e) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas del 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 identificado las principales técnicas de comunicación.
- d) Se han identificado los elementos necesarios para desarrollar una comunicación eficaz.
- e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- f) Se han valorado las habilidades sociales requeridas en el sector profesional para mejorar el funcionamiento del equipo de trabajo.
- g) Se ha identificado la documentación utilizada en los equipos de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- h) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- i) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- j) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes, así como los procedimientos para su resolución.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos más importantes del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios/as y trabajadores/as.
- 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 ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran, incluidas las bases de cotización del trabajador /a y las cuotas correspondientes al trabajador/a y al empresario/a.
- g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- 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 a un sector profesional 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.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y ciudadanas.
- b) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- c) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario/a y trabajador/a dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se ha identificado la existencia de diferencias en materia de Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en diferentes supuestos prácticos.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de prestaciones por desempleo de nivel contributivo básico y no contributivo acorde a las características del alumnado.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los diferentes tipos de actividades del sector de la comercialización de productos alimentarios, en los entornos de trabajo del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, identificando los riesgos profesionales.

- b) Se han clasificado los factores de riesgo existentes.
  - c) Se han identificado los tipos de daños profesionales (accidentes de trabajo y enfermedades profesionales) derivados de los riesgos profesionales.
  - d) Se ha determinado el concepto y el proceso de la evaluación de riesgos en la empresa.
  - e) Se han identificado y evaluado diferentes tipos de riesgos, proponiendo medidas preventivas y realizando el seguimiento y control de la eficacia de las mismas.
  - 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 relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador/a.
  - h) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las competencias y responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la normativa básica existente en prevención de riesgos laborales.
  - b) Se han identificado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
  - c) 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.
  - d) Se han identificado las responsabilidades de todos los agentes implicados en la elaboración de un plan de riesgos.
  - e) Se han descrito las formas de representación de los trabajadores/as en la empresa en materia de prevención de riesgos.
  - f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
  - g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.
  - h) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.
  - i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.
7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo laboral del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección 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/a y su importancia como medida de prevención.

## **Contenidos.**

### Búsqueda activa de empleo:

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.
- Proceso de acceso al empleo público.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.
- Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.
- Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo relacionados con el Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores/as en el seno de la Unión Europea.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.

### Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos en el sector comercialización de productos alimentarios según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Estrategias de comunicación eficaz.
- Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

### Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo.
- 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.
- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

- Representación de los trabajadores/as.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.
- Beneficios para los trabajadores/as en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

#### Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios/as y trabajadores/as en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

#### Evaluación de riesgos profesionales:

- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Procesos de trabajo con riesgos específicos en la industria del sector.
- Valoración del riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador/a que pueden derivarse de las diferentes situaciones de riesgo.

#### Planificación de la prevención en la empresa:

- Plan de prevención.
- Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.
- Organización de la gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores/as en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

–Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

Aplicación de medidas de prevención y protección:

–Selección del protocolo de actuación.

–Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.

–Identificación de los distintos tipos de señalización de seguridad.

–Urgencia médica / primeros auxilios. Conceptos básicos y aplicación.

–Formación a los trabajadores/as en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.

–Vigilancia de la salud de los trabajadores/as.

### ***Orientaciones didácticas.***

Con este módulo el alumnado adquiere las destrezas y actitudes básicas para la inserción en el mundo laboral y para el desarrollo de su carrera profesional, tanto en el ámbito geográfico español como europeo en el sector de la comercialización de productos alimentarios.

En cuanto a la secuenciación de los contenidos, teniendo presente la competencia del centro para adoptar las decisiones que considere más apropiadas, se podría comenzar con los relativos a legislación laboral, seguridad social y equipos de trabajo. A continuación, podrían plantearse los contenidos relacionados con seguridad y salud laboral. Se podría proseguir con gestión del conflicto y finalmente, se podría tratar el bloque de búsqueda de empleo, teniendo en cuenta, también, la perspectiva de género, como paso previo a su futura inserción en el mercado laboral.

Para la consecución de los resultados de aprendizaje de este módulo se pueden seleccionar múltiples actividades, siendo algunas de ellas las siguientes:

–Realizar pruebas de orientación profesional y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales con el fin de comprobar la coherencia personal entre formación y aspiraciones.

–Planificar la propia carrera: establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias, planteándose objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada y responsabilizándose del propio aprendizaje.

–Identificar los medios y organismos que nos pueden ayudar a la búsqueda de empleo, tanto en nuestro entorno más próximo como en el europeo, utilizando herramientas apropiadas para ello.

–Preparar y cumplimentar la documentación necesaria en los procesos de búsqueda de empleo: currículum vitae, entrevistas de trabajo, test psicotécnicos y otros.

–Realizar alguna actividad de forma individual y en grupo y comparar los resultados.

–Realizar actividades de comunicación.

–Realizar presentaciones en clase.

–Simular una situación de conflicto y plantear diferentes formas de resolución.

–Identificar la normativa laboral que afecta a los trabajadores/as del sector.

–Comparar el contenido del Estatuto de los Trabajadores y de las Trabajadoras con el de un convenio colectivo del sector correspondiente al ciclo que se cursa.

–Simular un proceso de negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores/as y empresarios/as.

–Elaborar recibos de salarios de diferente grado de dificultad.

–Identificar las diferentes situaciones que protege la Seguridad Social.

- Analizar las situaciones de riesgo que se pueden producir en los puestos de trabajo más comunes a los que se puede acceder desde el ciclo, proponer medidas preventivas y planificar la implantación de las medidas preventivas, todo ello de acuerdo a la normativa vigente.
- Analizar los protocolos contra el acoso sexual y acoso por razón de género en el trabajo.
- Programar y realizar visitas a empresas del sector que permitan conocer al alumnado la realidad del sector productivo.

El uso de medios audiovisuales, y/o de Internet, para los diferentes contenidos del módulo permitirá llevar a cabo un proceso de enseñanza-aprendizaje rápido y eficaz, donde el alumnado, de manera autónoma, pueda resolver progresivamente las actuaciones y situaciones propuestas.

Cabe destacar la conveniencia de prestar atención a la relación con los módulos impartidos en los talleres, laboratorios, etc. para complementar la formación relacionada con la salud laboral.

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

**Código: 1611.**

**Duración: 190 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comprobado el estado de los productos cárnicos, atendiendo a su aroma y color.
- b) Se ha supervisado y realizado el deshuesado y despiezado de canales de carne y otras piezas cárnicas, atendiendo a las técnicas apropiadas y cumpliendo la normativa higiénico-sanitaria y de prevención de riesgos laborales.
- c) Se han supervisado y elaborado derivados cárnicos frescos tales como carne picada, adobada, salchichas frescas, entre otros, en función del destino culinario y las características del tipo de animal.
- d) Se han relacionado los distintos tipos de corte de piezas y derivados cárnicos con su posterior uso o aplicación.
- e) Se ha supervisado y obtenido distintas porciones de carne, charcutería y productos cárnicos para el consumo, en función del producto y su destino final, ejecutando las técnicas de cortes requeridas.
- f) Se han dispuesto las piezas de carne y derivados cárnicos en mostradores y expositores, garantizado su conservación, fresca y atractivo visual.
- g) Se ha supervisado el envasado del producto y derivado cárnico en función de sus características y requerimientos del cliente.
- h) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de carnicería.
- i) Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios en las operaciones de preparación y acondicionamiento de carne y derivados.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comprobado el estado de los pescados frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura y color, entre otros.
- b) Se ha supervisado y realizado la limpieza, desescamado, pelado, fileteado y troceado del pescado, y en su caso, descabezado, eviscerado o desespinado, atendiendo a su especie y destino culinario.
- c) Se han supervisado y obtenido porciones de pescado requeridas en tamaño, forma y calidad para el consumo, ejecutando las técnicas de corte en función del tipo de pescado y destino culinario.
- d) Se han dispuesto los pescados y mariscos en mostradores y expositores, aplicando hielo y aspersores de agua, garantizado su conservación, 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.
3. Supervisa y elabora bandejas de frutas y verduras adecuándolas al consumo, según criterios de venta, aplicando la normativa sanitaria y de prevención de riesgos laborales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comprobado el estado de frutas y verduras atendiendo a criterios de tamaño, madurez y aspecto visual.
  - b) Se ha supervisado la disposición de frutas y verduras en mostradores, expositores y bandejas, según su estacionalidad, calidad y calibre, entre otros.
  - c) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de frutas y verduras.
  - d) Se ha supervisado la presentación y el troceado frutas y verduras, en tamaño, forma y calidad, en función del tipo de producto y requerimientos del cliente.
  - e) Se han supervisado la exposición de piezas de frutas y verduras de forma que garantice sus propiedades y conservación.
  - f) Se han envasado las frutas y verduras, en función de sus características y requerimientos del cliente.
  - g) Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación y acondicionamiento de frutas y verduras.
4. Supervisa la preparación y el asesoramiento de productos alimentarios, tales como vinos, quesos y productos gourmet, aplicando técnicas de corte pertinentes al producto, y valorando características y posibilidades de consumo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet en función de las características del producto.
  - b) Se ha supervisado el corte del jamón de calidad de forma manual aplicando las técnicas adecuadas.
  - c) Se ha supervisado el corte o troceado del queso de calidad en función del tipo de queso y la técnica de corte apropiada a sus características.
  - d) Se ha supervisado la preparación de tablas de quesos, jamón y embutidos, en función de sus denominaciones, tipo de leche, y degustación (aroma, sabor, picor, entre otros).
  - e) Se ha asesorado sobre las características de vinos de calidad en función de su origen, añada, variedades de uva y maridaje, entre otros.
  - f) Se ha asesorado sobre las características de quesos (fragilidad, densidad, dureza y cremosidad, entre otros), posibilidades de consumo y destino culinario.
  - g) Se ha asesorado sobre productos alimenticios de Navarra con Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas (Espárrago de Navarra, piquillo de Lodosa, cordero de Navarra entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.
  - h) Se ha asesorado sobre otros productos gourmet (caviar, ahumados, ventresca, salazones, algas, caldos, fumét, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.
5. Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- b) Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.
- c) Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.
- d) Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- e) Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.
- f) Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.
- g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- h) Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los sistemas de protección pertinentes.

### **Contenidos.**

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

- Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.
- Técnicas de deshuesado y despiezado de canales y piezas cárnicas.
- Herramientas y maquinaria de corte de piezas cárnicas y de charcutería: Tipos, características y uso.
- Técnicas de corte de carne vacuna: cortes de uso culinario.
- Técnicas de deshuese, despiece y fileteado de porcino: cortes de uso culinario.
- Técnicas de deshuese, despiece y fileteado de ovino: cortes de uso culinario.
- Técnicas de deshuese, despiece y fileteado de conejo: cortes de uso culinario.
- Deshuese, despiece y fileteado de aves y caza: cortes de uso culinario.
- Despiece de vacuno: Categoría comercial de las distintas piezas cárnicas, despiece selectivo de las mismas, fileteado y troceado, indicaciones culinarias.
- Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos: Carne picada, adobada y salchichas frescas. Destino culinario y características del animal.
- Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario.
- Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual.
- Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados. Características y requerimientos del cliente.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

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

- Comprobación del estado de pescados y mariscos. Características organolépticas, estacionalidad, tallas mínimas y estado de conservación.
- Supervisión y limpieza de pescado: desescamado, pelado, fileteado, troceado descabezado, eviscerado y desespinado.

- Obtención de porciones de pescado. Destino culinario y tipos de pescados.
- Exposición en mostradores de pescados: conservación fresca y atractivo visual.
- Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario.
- Supervisión del envasado de pescados y mariscos. Métodos de envasado.
- Herramientas de corte de pescados: tipos, características y uso.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

Supervisión y elaboración de bandejas 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.
- Características y requerimientos del cliente.
- Envasado de frutas y verduras.
- Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias.

Preparación y asesoramiento de productos alimentarios:

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

Realiza el etiquetado de productos frescos:

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

### ***Orientaciones didácticas.***

El módulo de Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados es un módulo de carácter teórico-práctico y constituye un soporte básico para el proceso de realización de

los diferentes productos y preelaboraciones que se llevan a cabo en este ciclo formativo. Se da al alumnado la formación necesaria para llevar a cabo las tareas de preelaboración, reconocimiento visual, organoléptico y envasado de las diferentes materias primas atendiendo a criterios de seguridad e higiene alimentaria, trazabilidad y estándares culinarios.

Los pasos a seguir en el proceso enseñanza-aprendizaje para que se alcancen los objetivos de este módulo se basarán en los siguientes:

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

Se trata de un módulo de claro carácter práctico, por lo que se recomienda que la mayor parte de los periodos lectivos, sean de bloques horarios no inferiores a tres horas. Para la impartición del mismo, se aconseja que se desarrolle en instalaciones de cocina/ cuarto frío que contengan menaje, utensilios, utillaje, maquinaria para preelaboración de productos frescos (cámaras, máquina de vacío, tablas de corte, cuchillos, cortafiambres, timbres, sistema de agua caliente sanitaria...), así como maquinaria para la refrigeración y conservación del producto, envasado, y maquinaria para la refrigeración y control de temperatura del cuarto de manipulación del género.

El resto de clases de ámbito teórico se pueden desarrollar en un aula, preferentemente con ordenadores individuales, pizarra virtual y proyector.

Las actividades a realizar en el aula- taller deberán estar basadas en los contenidos y los resultados de aprendizaje de este módulo, pero incidiendo especialmente en el despiece de carnes y pescados de todo tipo, envasado y etiquetado, siguiendo normativas actualizadas y asesoramiento e indicaciones claras al cliente sobre las Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de Navarra y sus puntos fuertes.

Teniendo en cuenta los contenidos de este módulo, es muy importante para el aprendizaje del alumnado completar su formación, acudiendo a centros especializados fuera del centro educativo:

- Visitas a las instalaciones de empresas de productos alimentarios con Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de Navarra.
- Visita a una industria alimentaria en la que se procesen alimentos sin tratamiento de calor y establezcan estrictas normas de higiene y manipulación de alimentos.
- Visita a empresas líderes del mercado de empaquetado alimentario.
- Visita a conserveras tanto especializadas en producto en conserva como en producto congelado.

Este módulo se relaciona directamente los módulos de Seguridad y calidad alimentaria en el comercio y Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación de este ciclo formativo. Se recomienda la coordinación entre el personal docente de estos tres módulos y el desarrollo de proyectos intermodulares para la impartición de la docencia al alumnado.

**Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.**

**Código: 1612.**

**Duración: 130 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido el procedimiento a utilizar en la revisión del pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- b) Se ha verificado la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos comprobando la documentación y etiquetado de los mismos.
- c) Se han comprobado el estado del embalaje y la temperatura de los productos en el transporte de mercancías, rechazando los productos con alteraciones por rotura de la cadena de frío.
- d) Se ha valorado la calidad de los productos alimentarios recepcionados comprobando las condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
- e) Se han comprobado la caducidad de los productos alimentarios transportados por los medios de transporte externo utilizados.
- f) Se ha establecido el procedimiento a seguir en la gestión de devolución de mercancías a empresas proveedoras.
- g) Se ha supervisado el registro informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la zonificación de almacenes en función de las características de los alimentos, bien sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos, caducidad y rotación.
- b) Se ha establecido el protocolo de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas, equipamiento y utillajes, aplicando la normativa de prevención de riesgos.
- c) Se ha supervisado la utilización de la maquinaria de transporte interno utilizada en comercios alimentarios, relacionándolos con la mercancía a transportar y uso.
- d) Se han relacionado los criterios de conservación de productos alimentarios y su prioridad en el consumo, con su ubicación en almacenes de comercios alimentarios.
- e) Se han establecido los criterios de reubicación de productos para una adecuada organización del almacén relacionándolos con su reposición, con la incorporación de nuevos productos y posibles incidencias.
- f) Se han establecido las señalizaciones de un almacén atendiendo a su finalidad y seguridad.
- g) Se ha relacionado la influencia de temperatura, orden y limpieza de un almacén de comercios alimentarios, con los productos a almacenar.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la operación y maniobra de los equipos empleados para el embalaje y paletizado de productos alimenticios.
  - b) Se han especificado el procedimiento de los envíos a domicilio, la venta online, u otras asociadas a la expedición de productos.
  - c) Se han determinado las condiciones de embalaje de la mercancía distribuida a domicilio -local y nacional-, atendiendo a las técnicas y materiales de embalaje a utilizar, y su repercusión en la calidad y seguridad alimentaria.
  - d) Se han determinado las características y requerimientos de la documentación asociada a la expedición de mercaderías.
  - e) Se han establecido las condiciones que deben cumplir los medios de transporte propios para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de los productos a expedir.
  - f) Se ha supervisado el seguimiento de la expedición de alimentos mediante el uso de aplicaciones online y telefónicas.
  - g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución de un producto expedido.
  - h) Se han cumplido las medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales en las actividades de embalaje y desembalaje de productos alimentarios.
4. Gestiona un almacén de productos alimentarios, calculando las necesidades de suministros, previsión de ventas y atendiendo los requisitos de las secciones del comercio alimentario.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha elaborado y actualizado el inventario de un almacén de comercio alimentario aplicando la normativa vigente, para saber las necesidades de gasto y de provisión.
  - b) Se ha mantenido el registro del inventario del almacén utilizando aplicaciones informáticas específicas.
  - c) Se han calculado diferentes tipos de stock, como de seguridad, pérdida desconocida y merma, entre otros, en función de la demanda, la rotación del producto, la estacionalidad y la capacidad del almacén.
  - d) Se han valorado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de compras previstas y reales.
  - e) Se han calculado la ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.
  - f) Se han valorado las existencias del almacén según los métodos vigentes establecidos en la normativa.
  - g) Se han programado los suministros de los productos alimentarios atendiendo a los periodos de mayor y menor demanda comercial, la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial de la zona.
5. Programa las actividades y tareas del personal de un almacén alimentario, valorando funciones y las necesidades formativas, y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos y de sostenibilidad medioambiental.

Criterios de evaluación:

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

- e) Se han establecido las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de mercancías dentro de un almacén de mercancías alimentarias.
- f) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimenticios.
- g) Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.

### **Contenidos.**

Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario:

- Procedimiento de revisión de pedidos. Verificación de la correspondencia entre la documentación y la mercancía. Cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios.
- 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.
- Supervisión del registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.

Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias:

- Zonificación de almacenes. Características de los productos: Conservación y refrigeración. Asignación de ubicación adecuada teniendo en cuenta características de caducidad y rotación.
- Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. Equipamiento y utillajes.
- Supervisa maquinaria, equipos y útiles de almacén. Productos pesados.
- Criterios de conservación. Ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios.
- Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad.
- Condiciones de almacenamiento:
- Ubicación en función de conservación y consumo.
- Condiciones de temperatura, orden y limpieza.

Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios:

- Supervisión de equipos de embalaje y paletizado de productos alimentarios.
- Alternativas en la atención de envíos: a domicilio y venta online.
- Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuida a domicilio. pedidos de productos alimentarios. Técnicas y materiales de embalaje. Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria. Documentación asociada: órdenes de pedido.
- Elección y supervisión de los medios de transporte utilizados y expedición de productos alimentarios.
- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos. Sistemas informáticos de ubicación y seguimiento de mercancías en el almacén.
- Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales.

Gestión de almacén de productos alimentarios:

- Elaboración y actualización de inventarios: valoración de existencias, criterios de valoración, y métodos de valoración: FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión.
- Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas.
- Cálculo de stocks:
- Seguridad, óptimo y mínimo.
- Pérdidas: conocida y desconocida.
- Merma: natural por deshidratación, física por deterioro, y por caducidad.
- Valoración de desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis.
- Cálculo de la ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos.
- Programación de suministros. Estacionalidad, periodos de demanda y evolución de la actividad.

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

- El departamento de logística.
- Organización de tareas y funciones del personal de almacén. Normativa.
- Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén que mejoren la productividad.
- Valoración de necesidades de información y formación del personal de almacén.
- Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes de trabajo en la manipulación y movimiento de mercancías. Manipulación de mercancías. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén.
- Gestión de residuos alimentarios-regulación, y gestión de los subproductos de origen animal no destinados a consumo humano (SANDACH) en almacén. Normativa de seguridad e higiene en el almacén.

### ***Orientaciones didácticas.***

En el módulo de Logística de productos alimentarios se 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, mediante las actividades y tareas del personal en un almacén alimentario.

Para el proceso de enseñanza-aprendizaje que se diseñe, siguiendo las orientaciones metodológicas definidas para que resulte eficaz, se sugiere la siguiente secuenciación:

- Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario.
- Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias.
- Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios.
- Gestión de almacén de productos alimentarios.
- Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario.

Respecto a la utilización de recursos para impartir el módulo, se considera conveniente la dotación de un aula dispuesta de proyector y pantalla. Además, se necesitaría un aula informática con equipos individuales para cada estudiante e impresora de etiquetas. Para el desarrollo de los contenidos del módulo se podrán utilizar: contratos de compra u órdenes de pedido, aplicaciones de gestión de correo electrónico, aplicaciones ofimáticas generales: procesador de texto, hoja de cálculo, otras; aplicaciones de gestión del aprovisionamiento y de stocks para pequeños comercios, etiquetas electrónicas, imprimir; herramientas y utensilios para embalaje y desembalaje y para la manipulación de mercancías en el punto de venta.

Sería adecuado utilizar la metodología basada en proyectos colaborativos, plantear retos y que el alumnado desarrolle el estudio de casos prácticos que simulen situaciones reales. Mediante el trabajo en equipo se consolidarán los conocimientos globales del módulo y se evaluarán los resultados de aprendizaje del mismo.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es conveniente que las actividades de enseñanza y aprendizaje se dediquen a la adquisición de las competencias propias del módulo, en coordinación con los módulos profesionales:

- Seguridad alimentaria en el comercio: la logística adquiere un papel muy relevante en los temas de seguridad alimentaria, investigando sobre herramientas que establezcan mecanismos y procedimientos para garantizar la inocuidad de los alimentos desde el proveedor hasta que la persona consumidora final lo tiene en sus manos.
- Preparación y acondicionamiento de productos frescos: por un lado, la importancia de valorar la producción local o, por el contrario, no producir localmente y abastecerse de zonas productoras lejanas, y, por otro lado, tener en cuenta que el embalaje utilizado para la expedición de productos frescos debe tener unas características especiales que garanticen la conservación del alimento.
- Comercio electrónico en negocios alimentarios: la logística en el comercio electrónico es fundamental para cualquier negocio, para garantizar la máxima frescura de los alimentos. El transporte de productos frescos se tiene que realizar en vehículos adaptados para tal fin. Importancia en lo relativo al embalaje como al transporte y a los plazos de entrega.
- Gestión de un comercio alimentario, de este ciclo formativo: el pequeño comercio supone una red de distribución de proximidad, el pequeño comercio es más adaptable que la gran superficie, tanto en la generación del pedido como en su distribución.

**Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.**

**Código: 1613.**

**Duración: 130 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- 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.
  - 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.
  - h) Se ha aplicado al comercio electrónico en establecimientos alimentarios la legislación vigente.
2. Constituye una tienda online de productos alimentario, aplicando plantillas informáticas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido la estructura básica del comercio alimentario online y sus elementos, relacionándolos con la actividad comercial a la que se destinan.
- b) Se ha integrado el comercio alimentario online en un comercio físico ya existente.
- c) Se ha inscrito la tienda online en el registro correspondiente y en su caso en el habilitado para la creación de empresas de estudiantes, a fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y abrir cuentas bancarias.
- d) Se ha creado una web de comercio alimentario, adaptándola al público al que va dirigido y a los sistemas de acceso virtual.
- e) Se han alojado los archivos componentes del sitio web en servidores propios o ajenos, según criterios de operatividad.
- f) Se ha seleccionado plataformas de código abierto, plantillas y diseños acordes con el negocio alimentario de la tienda online.
- g) Se han instalado dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales, entre otros, en función de la atención a preguntas frecuentes, problemas del cliente, instrucciones de uso en pagos, sugerencias y quejas.
- h) Se han aplicado las características requeridas en los diseños responsables, amigables y usables de tiendas online, teniendo en cuenta las condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.

- i) Se han definido las medidas requeridas para las transacciones seguras, aplicando la legislación vigente en materia de protección del consumidor.
3. Gestiona la recepción de pedidos, su entrega y cobro, elaborando presupuestos, distribuyendo productos y realizando el seguimiento bancario.

Criterios de evaluación:

- a) Se han recepcionado los pedidos online atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
  - b) Se ha elaborado el presupuesto de pedidos de alimentos, atendiendo online la petición del cliente, el tipo de producto y el precio u oferta.
  - c) Se ha comunicado el presupuesto y las condiciones de entrega del producto, verificando que cumple lo demandado por el cliente, y en su caso subsanado deficiencias.
  - d) Se ha cobrado online el pedido de alimentos mediante el medio de pago indicado en la página web, empleando los canales que garanticen la seguridad de la operación.
  - e) Se ha ordenado la distribución y seguimiento del envío y entrega del pedido al cliente en los plazos y lugar acordado, empleando los medios de distribución adecuados a la operación.
  - f) Se ha diseñado una estrategia de reembolsos, atendiendo a devoluciones del cliente o errores en la entrega.
  - g) Se ha efectuado el seguimiento bancario de la venta online, comprobando que los ingresos por las ventas y devoluciones de los pedidos enviados se han realizado, y en su caso subsanado deficiencias.
  - h) Se ha comprobado que las ventas realizadas a través de intermediarios se han cobrado de acuerdo a las condiciones pactadas.
4. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, actualizando la información de la página web y atendiendo al cliente de forma inmediata.

Criterios de evaluación:

- a) Se han actualizado los ficheros que componen las páginas web, valorando nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente, entre otros y utilizando programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
  - b) Se han elaborado fichas de productos y catálogos electrónicos y posicionados en web de comparación de precios, facilitando su lectura y comprensión.
  - c) Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
  - d) Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.
  - e) Se han mejorado los enlaces, estructura y búsquedas de la página web capaces de generar tráfico orientado a la oferta, facilitando la navegación por la tienda online.
  - f) Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.
  - g) Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.
  - h) Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.
5. Valora el rendimiento del comercio electrónico alimentario, analizando los datos de tráfico, resultado del negocio y aplicando e instrumentos de evaluación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado las medidas de mejora del rendimiento de campañas publicitarias online, en función del aumento del tráfico de visitas al sitio web y el volumen de ventas del comercio electrónico.

- b) Se han valorado los indicadores de rendimiento del tráfico en el comercio electrónico y su impacto, utilizando herramientas de analíticas web, gratuitas y de pago.
- c) Se ha relacionado las 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.

### **Contenidos.**

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.
- Leyes y normas básicas en administración electrónica.
- Selección de agentes. Canales de distribución online. Características y operatividad. Tipos de marketing más utilizados en el mundo digital.
- Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas o de geolocalización y comparadores de precios.
- Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.
- Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. Segmentación del mercado.
- Venta y comercialización a través de Internet.
- Presupuesto y estimación de costes de una página web.

Constitución de una tienda online de productos alimentarios:

- Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen.
- Integración en comercios online en comercios físicos.
- Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro. Creación de empresas de estudiantes:
  - Transacciones económicas.
  - Emisión de facturas.
  - Apertura y mantenimiento de cuentas bancarias.
  - Plantillas y sitios.
  - Legislación.
- Constitución de una web de productos alimentarios. Características. Diseño: responsable, amigable y usable. Condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.
- Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos.

- Instalación de dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales.
- Establecimiento de medidas de seguridad, aplicando la legislación vigente. Legislación. Protección del consumidor. Transacciones seguras.

Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro:

- Recepción de pedidos: orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
- Elaboración del presupuesto de pedidos.
- Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega.
- Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad y protección contra el fraude.
- Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío adecuados.
- Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega.
- Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.

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.
- Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos. Posicionamiento en la web.
- Actualización y diseño de la página web. Mejora de enlaces. Eficiencia y rentabilidad comercial.
- Atención al cliente en tiempo real. Dispositivos electrónicos.
- Actualización de ficheros de clientes, productos y precios.
- Retroalimentación y acciones de mantenimiento.

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.
- Valoración de la satisfacción del cliente. Tasa de fidelización.
- Evaluación de la trazabilidad de la distribución. Planificación y modificación de rutas de reparto: recursos humanos, tiempo acordado y estado de entrega del producto.
- Evaluación de medios de pago online. Gastos bancarios.
- Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online: volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.

### ***Orientaciones didácticas.***

El comercio electrónico o e-commerce consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión logística y, en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet. El comercio electrónico permite el intercambio financiero, a través de la red, entre sujetos que pueden estar a una gran distancia física, y que se materializa generalmente por medios de pago electrónicos.

En el módulo de Comercio electrónico en negocios alimentarios se crea una tienda virtual y se realizan las actividades relacionadas con la compra venta de productos alimentarios en internet. En

este sentido, sería conveniente, también, introducir aspectos relacionados sobre el comercio electrónico con perspectiva de género.

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

Para organizar y desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo se propone como más adecuada la siguiente secuenciación de contenidos:

- Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios, analizando el entorno del sector alimentario, agentes, canales de distribución online. Posicionamiento y geolocalización. Formas de comunicación electrónica con clientela. Se realizará una segmentación del mercado y se estimarán los costes de crear una página web de productos alimentarios, aplicando la legislación vigente.
- Constitución de una tienda online de productos alimentarios. Se determinará la estructura y elementos del comercio alimentario online, y su integración en el comercio físico. Se tendrá en cuenta, a la hora de crear la web de productos alimentarios, su diseño mediante una buena estética y una óptima experiencia de la persona usuaria. Se valorarán los distintos servidores en los que alojar la página web y posibles canales de atención online (redes sociales, chat). Se tendrá en cuenta la legislación vigente en materia de protección de las personas consumidoras y transacciones seguras.
- Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro. Se trabajarán los canales de pago y medidas de seguridad, así como reembolsos y devoluciones, correcciones y deficiencias de las entregas y, por último, otras formas de vender en redes, como el marketing de afiliados.
- Mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online. Catálogos en la web, mediante aplicaciones de texto e imagen, actualizar las fichas de los productos y catálogos electrónicos. Mejorar posicionamiento en la web, buscadores. Mejorar la atención a clientes en medios online.
- Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario. Tipos de campañas online de un negocio alimentario, vistas y tráfico en la red. Herramientas para analizar indicadores de tráfico en la web. Análisis de la satisfacción del cliente para su fidelización. Importancia de la logística (entrega en tiempo y forma). Medios de pago y rentabilidad.

Respecto a la utilización de recursos para impartir el módulo se considera muy conveniente la dotación de un aula dispuesta de proyector y pantalla. Además, se necesitaría un aula informática con equipos individuales para el alumnado con conexión a internet y aplicaciones informáticas específicas. Dicho material es básico para conseguir los resultados de aprendizaje.

En cuanto a la metodología, el módulo es eminentemente práctico, se realizarán explicaciones teóricas y prácticas, tras las cuales el alumnado realizará simulaciones prácticas. Es conveniente ver ejemplos de empresas del sector alimentario que se dedican al comercio electrónico, para ver la realidad. Así, para la consecución de los resultados de enseñanza aprendizaje se podrían plantear actividades tales como:

- Elaboración de planes comercio electrónico en establecimientos alimentarios.
- Diseño de una tienda online con herramientas web, respetando la legislación vigente.
- Recepción, entrega y cobro de pedidos: elaboración de presupuestos y realización de seguimiento bancario.
- Mantenimiento de la página web corporativa, tienda electrónica y catálogo online: actualización de la página web y la atención a la clientela online.

- Realización de transacciones económicas y monetarias, emisión de facturas.
- Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario a través de análisis de los datos de tráfico y resultados de negocio.

Es aconsejable coordinarse con los módulos de la especialidad con los que se relaciona, especialmente con los siguientes:

- Mercadotecnia del comercio alimentario: la caída de las ventas por los canales tradicionales ha llevado a muchas empresas agroalimentarias a invertir en comercio electrónico y “marketing digital” para llegar a un público más amplio, desarrollando estrategias de promoción para darse a conocer en medio de tanta competencia.
- Atención comercial en negocios alimentarios: adaptación del negocio, entendiendo la evolución del comercio electrónico, las tecnologías digitales y los cambios en las preferencias de las personas consumidoras.
- Logística de productos alimentarios: cumplir unos estándares para asegurarse que no se rompe la cadena de frío y para ello disponer de un almacén cercano que disponga de áreas a diferentes temperaturas para diversificar entre los productos congelados, frescos (refrigerados) y la alimentación seca (a temperatura ambiente), definir ciertos embalajes de transporte que puedan mantener los alimentos a una temperatura adecuada y minimizar los tiempos de entrega y asegurar el llenado de camiones.
- Constitución de pequeños negocios alimentarios: el comercio electrónico representa una oportunidad de negocio para el sector.
- Ofimática aplicada al comercio alimentario de este ciclo formativo.

**Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.**

**Código: 1615.**

**Duración: 130 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han efectuado transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias.
- b) Se han emitido y tramitado facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios, según legislación establecida y atendiendo a medidas de seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.
- c) Se han gestionado las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago.
- d) Se han pagado las facturas, atendiendo a las condiciones pactadas con los proveedores.
- e) Se han realizado devoluciones a clientes, contabilizando la operación.
- f) Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el tique y en las facturas emitidas originalmente configuradas en el terminal punto de venta.
- g) Se han supervisado la realización del cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.
- h) Se ha comprobado el arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- b) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos.
- c) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la distribuido los pedidos, preparación y envío, en función de los clientes y acuerdos establecidos.
- d) Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.
- e) Se ha supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente.
- f) Se han clasificado los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros.
- g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por los clientes de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la cumplimentación de los modelos del Impuesto del Valor Añadido (IVA), para su tramitación a Hacienda, teniendo en cuenta el gravamen según el tipo de producto, calendario fiscal y modelo de empresa, entre otros.
  - b) Se han cumplimentado declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos.
  - c) Se han valorado las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario.
  - d) Se han realizado las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente.
  - e) Se ha supervisado los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica.
  - f) Se han realizado las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario.
  - g) Se ha cumplimentado los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma requeridos.
4. Planifica la tesorería del comercio alimentario, identificando los parámetros que permiten realizar previsiones de tesorería, y realizando los cálculos oportunos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha planificado el calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario.
  - b) Se han realizado las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.
  - c) Se han calculado los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones.
  - d) Se han calculado los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.
  - e) Se han calculado los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.
  - f) Se ha comprobado diariamente que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria.
  - g) Se ha supervisado la organización de los documentos físicos y digitales, utilizados en la compraventa de mercancías del comercio alimentario en función del proceso a seguir en su gestión y los requisitos formales que deben cumplir.
5. Supervisa el resultado económico de las ventas, controlando desviaciones y estableciendo acciones correctoras.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.
- b) Se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.
- c) Se ha planificado el control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado.
- d) Se han calculado las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio y mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorado si las desviaciones son positivas o negativas.

- e) Se han analizado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre el volumen de ventas previsto y el real, atendiendo a causas internas, externas o aleatorias y en su caso establecido las medidas correctoras necesarias.
- f) Se ha reinvertido el beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto.
- g) Se han establecido métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.

### **Contenidos.**

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

- Características de los sistemas de medios de cobro y pago: efectivo, transferencias, domiciliaciones bancarias, tarjetas crédito y débito, 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.
- 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: de precios, cualidades del producto, ticket y facturas.
- Supervisión del cobro de mercaderías en el terminal del punto de venta.
- Comprobación del arqueo de caja y conciliación bancaria. Datos de cobros y pagos.

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. Contrato de suministro. Solicitud de ofertas.
- Determinación de fases y procedimientos en la distribución y envío de pedidos. Preparación y envío. Clientes y acuerdos establecidos.
- Documentos básicos 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.
- Determinación del procedimiento de devoluciones. Documentación. Condiciones acordadas y responsabilidad de las partes.

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

- Administración y gestión de tributos.
- 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. Libros registros del IVA.
- Valoración de las particularidades del Recargo de Equivalencia del comercio alimentario.
- Elaboración y presentación de las obligaciones informativas a Hacienda. Calendario.
- Gestión de tributos on-line con la Administración.
- 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/as, 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.

Planificación de la tesorería del comercio alimentario:

- Previsión ingresos - gastos. Elaboración de presupuestos.
- Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.
- Realización de previsiones de tesorería. Cuenta de gastos e ingresos. Contingencias de la actividad comercial alimentaria.
- Cálculo de costes financieros. Riesgos de cobro en el comercio alimentario. Tipos de interés bancarios y amortizaciones. Créditos comerciales y aplazamientos de pago.
- Negociación de efectos comerciales.
- Cálculo de costes anuales de personal y seguridad social. Convenio sectorial del sector alimentario y tasas de cotización.
- Cálculo de gastos generales de suministro energético, seguros y equipamiento. Costes.
- Comprobación de ingresos de ventas. Relación ventas-ingresos. Medios de pago Metálico y tarjetas bancarias Datáfono, móvil, sitios web tipo «PayPal», y otros.
- Organización de documentos físicos y digitales de la compraventa de productos comercio alimentarios.

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

- Análisis de rentabilidad de las ventas de productos alimentarios. Terminal punto de venta. Precios de venta y margen de beneficio. Cálculo de la rentabilidad.
- Comportamiento de ingresos y gastos.
- Planificación del control presupuestario. Problemas potenciales: identificación y gestión.
- Cálculo de desviaciones presupuestarias: ingresos, gastos, precio y mano de obra. Análisis. Resultados presupuestados y reales. Causas internas, externas o aleatorias. Medidas correctoras. Causas internas y externas.
- Análisis de desviaciones detectadas en el volumen de ventas. Medidas correctoras.
- Reinversión del beneficio. Mejoras: ampliación de gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico.
- Establecimiento de métodos de control de precios de venta. Medidas correctoras.

### ***Orientaciones didácticas.***

El presente módulo profesional proporciona la formación necesaria para desempeñar la función del perfil profesional del título, siendo el objetivo principal la capacitación para que adquiera los co-

nocimientos necesarios para “La gestión económica de un comercio alimentario” donde incluiremos los siguientes procesos esenciales:

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

El alumnado adquirirá competencias relacionadas con la tesorería del pequeño comercio, siendo capaces de fijar precios de venta, de establecer formas de pago y plazos adecuados para una efectiva gestión de la tesorería del comercio alimentario.

Por otro lado, pretende conseguir competencias derivadas de la documentación comercial, de forma que el alumnado sea capaz de elaborar facturas y cumplimentar diferentes medios de pago.

El alumnado también debe interiorizar las competencias relacionadas con la gestión del proceso fiscal, siendo capaces de conocer el funcionamiento del IRPF e impuesto de sociedades y cumplimentar las declaraciones-liquidaciones de IVA.

En cuanto a la secuenciación de contenidos que se propone, parece adecuado comenzar con unos contenidos que sitúen al alumnado, como un técnico o técnica en comercialización de productos alimentarios, ámbito en el que tendrá que desenvolverse.

Para ello, se propone comenzar con la gestión de actividades comerciales, económicas y monetarias, principalmente los medios de cobro y pago y las cuentas bancarias. Se sugiere continuar con la gestión de los pedidos de productos alimentarios y su envío, haciendo hincapié en los principales documentos a realizar. Valorados los contenidos anteriores, es aconsejable supervisar la gestión de impuestos y obligaciones fiscales asociados las operaciones de compraventa. Seguiremos con una planificación de la Tesorería, mediante la previsión de ingresos y gastos, elaboración de presupuestos y negociación de efectos comerciales. Finalizaremos esta secuenciación, con la supervisión del resultado económico de las ventas en el comercio alimentario, a través principalmente de un análisis de rentabilidades, precios de venta, márgenes de beneficio, control presupuestario y control de ingresos y gastos.

Al ser un módulo de contenido teórico-práctico, los contenidos que se aborden, así como las actividades que se programen, deben ir dirigidas, en todo momento, a la consecución de los resultados de aprendizaje. Gran parte de ellos se debe ubicar en supuestos adaptados a las empresas alimentarias más importantes del entorno del centro. El principal objetivo es que el alumnado se implique en la toma de decisiones, conforme se va avanzando en esos contenidos.

Con las aportaciones de las TIC, la preparación de casos prácticos se agiliza, siendo posible la obtención de documentos e información necesaria para simular proyectos reales, vía internet. Esto permitirá un desarrollo más dinámico del aprendizaje, consiguiendo la motivación del alumnado y aprovechando sus posibilidades de aprendizaje. Entre las actividades a realizar, destacan:

- Elaboración en grupos de plan de tesorería y una planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Previsión de tesorería: Desviaciones y análisis de ingresos y gastos.
- Lectura de normativa legal relacionada con gestión de impuestos y gestión bancaria.
- Debido a la similitud con el módulo Constitución de pequeños comercios alimentarios, sería interesante realizar una actividad conjunta, integrando resultados de aprendizaje de ambos módulos.
- Utilizar aplicaciones informáticas de gestión comercial y hojas de cálculo para el estudio de previsiones de tesorería y presupuestos.

Debido a la importancia de alcanzar los resultados de aprendizaje establecidos, para su impartición es imprescindible la coordinación del profesorado de Constitución de pequeños negocios alimentarios, principalmente en aspectos relacionados con el proceso fiscal, negociación bancaria, etc., Logística de productos alimentarios, en gestión de pedidos y terminal punto de venta, y Comercio electrónico en los supuestos principalmente de venta técnica online de este ciclo formativo.

**Módulo Profesional: Inglés.**

**Código: 0156.**

**Duración: 90 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha situado el mensaje en su contexto.
- b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje directo, telefónico o por otro medio auditivo.
- d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos cotidianos de la vida profesional y cotidiana.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitido por los medios de comunicación y emitido en lengua estándar y articulado con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los materiales de consulta y diccionarios.
- 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, fax, etc.

3. 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.
4. Elabora textos sencillos relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/o profesionales.
- b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.
- c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento que se va a elaborar.

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

Criterios de evaluación:

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

### **Contenidos.**

Análisis de mensajes orales:

–Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:

- Mensajes directos, telefónicos, grabados.
- Terminología específica del área profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- 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.

Interpretación de mensajes escritos:

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

- Soportes telemáticos: fax, e-mail, 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.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del área profesional.
- 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.
- 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, etc.
  - Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

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

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.

### ***Orientaciones didácticas.***

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

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

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

Por todo ello, el proceso de enseñanza- aprendizaje se debería enfocar, al igual que ocurre con el módulo de Inglés básico de primer curso, desde un punto de vista práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que éste adquiera conciencia de la necesidad de manejarse con un mínimo de solvencia en el idioma objeto de aprendizaje.

Por tanto, se sugiere emplear una metodología de enseñanza - aprendizaje a través de tareas o, lo que es lo mismo, actividades con objetivos concretos, que favorecen una mayor y más activa exposición del alumnado al idioma.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje han de diseñarse de manera que sitúen al alumnado en situaciones comunicativas lo más auténticas posible. Teniendo en cuenta el perfil profesional de este técnico/a, resulta necesario trabajar de manera especial las destrezas de comprensión lectora y escrita, así como la comprensión y la producción de mensajes orales profesionales y cotidianos, ya que la imparable tendencia de la globalización de las relaciones comerciales, hace que el empleo del inglés como lengua de intercambio internacional resulte imprescindible y, por tanto, se convierta en un factor más de exigencia para los y las profesionales. Estas destrezas serán objeto de profundización en este módulo de inglés que se imparte en segundo curso y que se configura como un paso más en la necesaria capacitación lingüística del futuro profesional del sector.

En cuanto a la utilización de recursos, las tecnologías de la información, especialmente Internet y el correo electrónico, suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, ya que la mayor parte de ellas se producen actualmente, tanto dentro como fuera de la empresa, en soporte informático, para lo cual resulta imprescindible manejar eficazmente dichas tecnologías. Así mismo, surge de manera lógica la necesidad de coordinarse con el resto de módulos técnicos de este título como fuente de materiales auténticos para su utilización en el aula.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, garanticemos que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

Por último, los contenidos incluidos en el presente módulo resultan de gran importancia para el mejor aprovechamiento de toda la información de la que el alumnado dispone actualmente a través

Internet, y que resulta de especial interés para alcanzar los contenidos previstos en el módulo de Formación y orientación laboral, especialmente aquellos relativos al estudio de las oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa, la cumplimentación de los documentos que facilitan la movilidad en el ámbito europeo, tales como, el curriculum vitae europeo, el documento de movilidad Europass, el Suplemento de Certificado Europeo y el Portfolio europeo de las lenguas y el análisis de los sistemas de Seguridad Social europeos, lo que resultará de ayuda al alumnado que quiera continuar sus estudios o trabajar en otro país.

**Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.**

**Código: 1617.**

**Duración: 370 horas.**

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

- g) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.
- h) Se ha participado en la venta online de productos alimentarios.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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.

***Orientaciones didácticas.***

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

## ANEXO 3

### UNIDADES FORMATIVAS

#### A) Organización de Módulos en Unidades Formativas.

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1606: CONSTITUCIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS ALIMENTARIOS (130 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1606 - UF01 (NA)	Creación de una pequeña empresa de productos alimentarios	30
1606 - UF02 (NA)	El plan de inversión y financiación.	40
1606 - UF03 (NA)	La gestión económica y el proceso contable y fiscal en el comercio alimentario.	60

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1607: MERCADOTECNIA DEL COMERCIO ALIMENTARIO (130 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1607 - UF01 (NA)	Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria	40
1607 - UF02 (NA)	Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios	20
1607 - UF03 (NA)	Determinación de precios de venta de productos alimentarios	20
1607 - UF04 (NA)	Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios	20
1607 - UF05 (NA)	Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria	30

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1608: DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA EN COMERCIOS DE ALIMENTACIÓN (150 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1608 - UF01 (NA)	Organización de la superficie comercial.	40
1608 - UF02 (NA)	Control de existencias en la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en el establecimiento	50
1608 - UF03 (NA)	Programación y realización de acciones promocionales y publicidad en el punto de venta	60

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1609: ATENCIÓN COMERCIAL EN NEGOCIOS ALIMENTARIOS (100 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1609 - UF01 (NA)	Servicios de atención al cliente	20
1609 - UF02 (NA)	Técnicas de comunicación para comerciales	30
1609 - UF03 (NA)	Tramitación de quejas y reclamaciones	20
1609 - UF04 (NA)	Atención comercial con proveedores y valoración del servicio	30

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1610: SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA EN EL COMERCIO (140 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1610 - UF01 (NA)	Seguridad alimentaria	20
1610 - UF02 (NA)	Contaminación de los alimentos	20
1610 - UF03 (NA)	APPCC y control de trazabilidad	30
1610 - UF04 (NA)	Aplicación de las "Buenas prácticas" en la manipulación de alimentos	30
1610 - UF05 (NA)	Tratamiento de residuos	20
1610 - UF06 (NA)	Sistemas de gestión de la calidad (Packaging)	20

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1614: OFIMÁTICA APLICADA AL COMERCIO ALIMENTARIO (150 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1614 - UF01 (NA)	Diseño de materiales audiovisuales para el comercio	50
1614 - UF02 (NA)	Procesador de texto y programas de presentación	50
1614 - UF03 (NA)	Hojas de cálculo y tratamiento de datos	50

<b>MÓDULO PROFESIONAL NA04: INGLÉS BÁSICO I (60 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
NA04 - UF01	Inglés básico I	60

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1616: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (100 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1616 - UF01 (NA)	Nivel básico en prevención de riesgos laborales	50
1616 - UF02 (NA)	Relaciones laborales y Seguridad Social	30
1616 - UF03 (NA)	Inserción laboral y resolución de conflictos	20

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1611: PREPARACIÓN Y ACONDICIONAMIENTO DE PRODUCTOS FRESCOS Y TRANSFORMADOS (190 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1611 - UF01 (NA)	Preelaboración de las carnes	50
1611 - UF02 (NA)	Preelaboración de los pescados	50
1611 - UF03 (NA)	Preelaboración de las hortalizas	40
1611 - UF04 (NA)	Asesoramiento de productos alimentarios	20
1611 - UF05 (NA)	Etiquetado de productos frescos	30

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1612: LOGÍSTICA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS (130 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1612 - UF01 (NA)	Almacén alimentario. Flujo de mercancías.	50
1612 - UF02 (NA)	Gestión de pedidos y stock.	40
1612 - UF03 (NA)	Gestión del equipo de trabajo del almacén alimentario.	20
1612 - UF04 (NA)	Seguridad y prevención de riesgos en el almacén alimentario.	20

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1613: COMERCIO ELECTRÓNICO EN NEGOCIOS ALIMENTARIOS (130 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1613 - UF01 (NA)	Plan de marketing digital	40
1613 - UF02 (NA)	Constitución y gestión de una página Web	40
1613 - UF03 (NA)	Redes sociales.	30
1613 - UF04 (NA)	Gestión de pedidos	20

<b>MÓDULO PROFESIONAL 1615: GESTIÓN DE UN COMERCIO ALIMENTARIO (130 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
1615 - UF01 (NA)	Realización de actividades comerciales, económicas y monetarias en comercios alimentario.	30
1615 - UF02 (NA)	Gestión y envío de pedidos	30
1615 - UF03 (NA)	Gestión de impuestos en un comercio alimentario	20
1615 - UF04 (NA)	Gestión de la tesorería en un comercio alimentario	20
1615 - UF05 (NA)	Cálculo y supervisión de los resultados económicos en un comercio alimentario	30

<b>MÓDULO PROFESIONAL 0156: INGLÉS (90 H)</b>		
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIDAD FORMATIVA</b>	<b>DURACIÓN (H)</b>
0156 - UF01 (NA)	Inglés en gestión administrativa I	40
0156 - UF02 (NA)	Inglés en gestión administrativa II	50

**B) Desarrollo de Unidades Formativas.**

**Módulo profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios**

**Código: 1606**

**Duración:130 horas**

***Unidad formativa: Creación de una pequeña empresa de productos alimentarios.***

***Código: 1606 - UF01 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Iniciativa emprendedora y oportunidad de creación de comercio alimentario.
- Determinación de la forma jurídica del comercio alimentario.
- Trámites de constitución y puesta en marcha de productos alimentarios.
- Valoración de la ubicación del comercio alimentario y el entorno.
- Búsqueda de recursos financieros necesarios para la puesta en marcha del comercio alimentario.

***Unidad formativa: El plan de inversión y financiación.***

***Código: 1606 - UF02 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- Elaboración de un plan de inversiones básico.
- Realización de planes financieros de comercio alimentario. Fuentes financiación propias y ajenas.
- Planificación de los flujos de tesorería del comercio alimentario.

***Unidad formativa: La gestión económica y el proceso contable y fiscal en el comercio alimentario.***

***Código: 1606 - UF03 (NA).***

***Duración: 60 horas.***

- Planificación de la gestión económica del comercio alimentario.
- Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal del comercio alimentario.
- Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.

**Módulo profesional: Mercadotecnia del comercio alimentario**  
**Código: 1607**  
**Duración:130 horas**

***Unidad formativa: Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria.***

***Código: 1607 - UF01 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- Identificación del concepto de marketing y sus funciones.
- Plan de marketing: elaboración y estructura.
- El marketing mix: política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación.
- Análisis DAFO de ideas de negocio alimentario.
- Estudio de la competencia.
- Estudio de mercado y análisis del entorno.
- El estudio del comportamiento de la persona consumidora.

***Unidad formativa: Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios.***

***Código: 1607 - UF02 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- La marca.
- La comunicación como instrumento de marketing.
- Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios.
- Público objetivo.
- Programación de la acción publicitaria en comercialización alimentaria.
- Técnicas de promoción en comercios alimentarios.
- Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.

***Unidad formativa: Determinación de precios de venta de productos alimentarios.***

***Código: 1607 - UF03 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Factores que condicionan el precio.
- Métodos de fijación de precios.
- Cálculo de costes de comercialización alimentaria.
- Cálculo de beneficios.
- Determinación de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
- Precio de venta al público.
- Formas y medios de pago.
- Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.

**Unidad formativa: Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios.**

**Código: 1607 - UF04 (NA).**

**Duración: 20 horas.**

- Canales de distribución.
- Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario.
- Selección de canales de distribución de productos alimentarios.
- Estrategias de distribución.
- Cálculo del coste de distribución según el tipo de producto alimentario.
- Cumplimentación de contratos de intermediación comercial.
- Satisfacción del cliente.

**Unidad formativa: Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria.**

**Código: 1607 - UF05 (NA).**

**Duración: 30 horas.**

- Criterios de valoración de las acciones promocionales.
- Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing.
- Análisis de resultados. Medición de la rentabilidad del producto.
- Valoración de la imagen de empresa.
- Fidelización y retroalimentación.
- Nuevas líneas de marketing.

**Módulo profesional: Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación**  
**Código: 1608**  
**Duración: 150 horas**

***Unidad formativa: Organización de la superficie comercial.***

***Código: 1608 - UF01 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Condiciones establecidas para la ubicación: estructura interior del establecimiento y características del producto. Normativa vigente.
- Cálculo del coeficiente de ocupación del suelo.
- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta.
- Agrupación de alimentos: Sectores, zonas frías y calientes.
- 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.
- Análisis de los mecanismos que influyen sobre flujos y la velocidad de la circulación.
- La ambientación del punto de venta y sus efectos. Condicionantes de la iluminación.

***Unidad formativa: Control de existencias en la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en el establecimiento.***

***Código: 1608 - UF02 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Análisis de las características, los objetivos, la clasificación y los tipos de surtidos.
- Diferenciación entre la amplitud, la anchura y la profundidad del surtido.
- Determinación de los métodos del surtido.
- Valoración de los distintos tipos de codificación.
- Utilización de las características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos en la asignación del lineal.
- Determinación del lineal mínimo y óptimo de un producto.
- Disposición de los productos en el lineal según diferentes tipos de presentación.

***Unidad formativa: Acciones promocionales y publicidad en el punto de venta.***

***Código: 1608 - UF03 (NA).***

***Duración: 60 horas.***

- Técnicas de Incentivación de ventas. Acciones promocionales.
- Valoración del resultado de las acciones promocionales.
- Ofertas de productos alimentarios: tipos, objetivos y planificación.
- Normativa de protección de la persona consumidora.
- Presentación de catas de nuevos productos y marcas.
- Captación de clientes: música ambiental e iluminación.

- Creación de mensajes visuales.
- Cartelería y señalética.
- Composición y montaje de elementos ornamentales y carteles en escaparates y expositores.
- Elaboración del diseño del packaging de productos perecederos y no perecederos.
- Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.

**Módulo profesional: Atención comercial en negocios alimentarios**  
**Código: 1609**  
**Duración: 100 horas**

***Unidad formativa: Servicios de atención al cliente.***

***Código: 1609 - UF01 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Organización del servicio de atención al cliente en empresas y organizaciones.
- Protocolo de atención a la persona cliente/consumidora/usuario.
- Derechos de las personas consumidoras y personas usuarias.
- Organismos públicos y privados de protección y defensa de la persona consumidora.

***Unidad formativa: Técnicas de comunicación para comerciales.***

***Código: 1609 - UF02 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La comunicación oral verbal y no verbal: presencial y telefónica.
- La comunicación escrita en el ámbito comercial.
- La aplicación de las TICs: Internet, Intranet, Correo electrónico, chat, videoconferencia y foros.

***Unidad formativa: Tramitación de quejas y reclamaciones.***

***Código: 1609 - UF03 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Su tramitación, recogida, tratamiento, negociación y resolución en la empresa.
- Tratamiento de incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente.
- Estrategias, técnicas y programas de fidelización de clientes.
- Normativas vigentes aplicables en la atención al cliente.

***Unidad formativa: Atención comercial con proveedores y valoración del servicio.***

***Código: 1609 - UF04 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Atención comercial con proveedores:
  - Búsqueda y selección de proveedores.
  - Canales y procedimientos de comunicación con proveedores.
  - Gestión de pedidos de productos alimentarios con los proveedores.
  - Negociación de ofertas de suministros.
  - Gestión interdepartamental de los acuerdos obtenidos con los proveedores.

–Valoración del servicio de atención comercial:

- Estándares de calidad en la atención comercial.
- Técnicas de fidelización de clientes.
- Valoración de la satisfacción del cliente.

**Módulo profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio**

**Código: 1610**

**Duración: 140 horas**

***Unidad formativa: Seguridad alimentaria.***

***Código: 1610 - UF01 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Requisitos higiénico-sanitarios (Legislación: conceptos y niveles de limpieza de equipos, utillaje e instalaciones en la manipulación de alimentos.
- Organización de los equipos de limpieza y desinsectación: procedimientos, personal, productos, desinfectantes y equipos de limpieza y desinfección (L+D).
- Planificación y tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD). Frecuencia y normativa.
- Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.

***Unidad formativa: Contaminación de los alimentos.***

***Código: 1610 - UF02 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Documentación y trazabilidad del alimento a comercializar. Origen, etapas y destino.
- Controles de peligros potenciales: físicos, químicos y biológicos. Detección de peligros.

***Unidad formativa: APPCC y control de trazabilidad.***

***Código: 1610 - UF03 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Sistemas y puntos de vigilancia de APPCC del alimento a comercializar.
- Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario: BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000: 2005. Análisis e interpretación.
- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.
- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APPCC en la comercialización alimentaria.

***Unidad formativa: Aplicación de las “Buenas prácticas” en la manipulación de alimentos.***

***Código: 1610 - UF04 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Procedimientos en la manipulación de alimentos. Aplicación de normativa higiénico-sanitaria. Enfermedades transmitidas por los alimentos.
- Guía de las prácticas correctas de higiene en la manipulación de los alimentos y su posterior comercialización.
- 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.

***Unidad formativa: Tratamiento de residuos.***

***Código: 1610 - UF05 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte.
- Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento. Contenedores de SANDACH.
- Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.
- Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

***Unidad formativa: Sistemas de gestión de la calidad (Packaging).***

***Código: 1610 - UF06 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Planificación y verificación de las acciones de calidad según productos alimentarios: frescos, preelaborados, perecederos, sostenibles y ecológicos.
- Valoración del estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades, intolerancias y alergias alimentarias. Patologías. Intolerancias.
- 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.
- Envases, embalajes y etiquetado: Tipos y normativa.

**Módulo profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario**

**Código: 1614**

**Duración: 150 horas**

***Unidad formativa: Diseño de materiales audiovisuales para el comercio.***

***Código: 1614 - UF01 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Tipología de archivos para materiales audiovisuales.
- Estudio de color.
- Organización de mensaje, proporción equilibrio y simetría. Importación de textos e imágenes para su maquetación. Importación de imágenes libres de derechos.
- Opciones de impresión.
- Utilidades software de imágenes: edición, capas, textos, efectos especiales y plugins.
- Utilidades Software del vídeo: edición, cortes, planos, movimientos de cámara.

***Unidad formativa: Procesador de texto y programas de presentación.***

***Código: 1614 - UF02 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Procesador de textos: formatos, tabulaciones, columnas, tablas, paginación. Elaboración de índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. Combinación de correspondencia.
- Programas de presentación de información. Crear una presentación, transiciones y animaciones. Inserción de imágenes, audios y vídeos libres de derecho.
- Programas de maquetación.

***Unidad formativa: Hojas de cálculo y tratamiento de datos.***

***Código: 1614 - UF03 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Hoja de cálculo. Formato de celdas, operaciones básicas, fórmulas, funciones, representaciones gráficas. Introducción de textos, códigos e imágenes.
- Cálculo estadístico de datos de ventas y compras.
- Elaboración en hoja de cálculo de documentos de gestión del comercio alimentario.
- Elaboración bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según diferentes criterios.
- Creación consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticos, haciendo amigable y atractiva su presentación.
- Extracción de los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.

**Módulo Profesional: Inglés básico I**

**Código: NA04**

**Duración: 60 horas**

En este módulo se define una única unidad formativa cuya duración y desarrollo se corresponden con lo establecido en el módulo profesional de Inglés básico I del currículo.

**Módulo Profesional: Formación y orientación laboral**

**Código: 1616**

**Duración: 100 horas**

***Unidad formativa: Nivel básico en prevención de riesgos laborales.***

***Código: 1616 - UF01 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador/a que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organización de la gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores/as en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales.
- Valoración del riesgo.
- Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.
- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Plan de prevención y su contenido.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia de una PYME.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Urgencia médica / primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Formación de los trabajadores/as en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores/as.

***Unidad formativa: Relaciones laborales y Seguridad Social.***

***Código: 1616 - UF02 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- El derecho del trabajo.
- 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.

- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores/as.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable a un determinado ámbito profesional.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.
- Beneficios para los trabajadores/as en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
- El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios/as y trabajadores/as en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

***Unidad formativa: Inserción laboral y resolución de conflictos.***

***Código: 1616 - UF03 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Definición y análisis de un sector profesional determinado dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional. Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.
- Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores/as en el seno de la Unión Europea: documento de movilidad.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.

–Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.

–Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

**Módulo profesional: Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados**

**Código: 1611**

**Duración: 190 horas**

***Unidad formativa: Preelaboración de las carnes.***

***Código: 1611 - UF01 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.
- Herramientas y maquinaria de corte de piezas cárnicas y de charcutería: Tipos, características y uso.
- Despiece de vacuno, ovino, conejo y aves: Categoría comercial de las distintas piezas cárnicas, despiece selectivo de las mismas, fileteado y troceado, indicaciones culinarias.
- Preparación de productos cárnicos y de charcutería. Productos de charcutería: Embutidos y fiambres.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

***Unidad formativa: Preelaboración de los pescados.***

***Código: 1611 - UF02 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Comprobación del estado de pescados y mariscos. Características organolépticas, estacionalidad, tallas mínimas y estado de conservación.
- Supervisión y limpieza de pescado y marisco: desescamado, pelado, fileteado, troceado descabezado, eviscerado y desespinado.
- Obtención de porciones de pescado. Destino culinario, y tipos de pescados.
- Herramientas de corte de pescados: Tipos, características y uso.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

***Unidad formativa: Preelaboración de las hortalizas.***

***Código: 1611 - UF03 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- 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.
- Elaboración de bandejas. Procedimientos de corte y troceado. Características y requerimientos del cliente.
- Envasado de frutas y verduras.
- Herramientas de corte de verduras y frutas: tipos, características y uso.
- Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias.

**Unidad formativa: Asesoramiento de productos alimentarios.**

**Código: 1611 - UF04 (NA).**

**Duración: 20 horas.**

- Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet. Características.
- Técnicas de corte: manuales y mecánicas. Jamones de calidad.
- Asesoramiento sobre productos alimenticios de Navarra. Características, Calidad y origen.
- Asesoramiento sobre productos alimenticios de Navarra con Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas. Características, calidad y origen.
- Asesoramiento sobre vinos y quesos.
- Asesoramiento sobre productos gourmet. Tipos: caviar, ahumados, ventresca y salazones. Origen y destino culinario.

**Unidad formativa: Etiquetado de productos frescos.**

**Código: 1611 - UF05 (NA).**

**Duración: 30 horas.**

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

**Módulo profesional: Logística de productos alimentarios**

**Código: 1612**

**Duración: 130 horas**

***Unidad formativa: Almacén alimentario. Flujo de mercancías.***

***Código: 1612 - UF01 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

- Planificación y organización del almacén.
- Recepción y salida de mercancías en el almacén. Rotación.
- Documentación, preparación y seguimiento de pedidos.
- Informatización de un almacén.
- Gestión de residuos y normativa medioambiental.

***Unidad formativa: Gestión de pedidos y stock.***

***Código: 1612 - UF02 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- Gestión de stocks y almacén.
- Gestión y preparación de pedidos.
- Gestión y preparación de inventarios.
- Aplicación de sistemas informáticos de gestión del almacén.

***Unidad formativa: Gestión del equipo de trabajo del almacén alimentario.***

***Código: 1612 - UF03 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Organización del trabajo en el almacén.
- Niveles de dirección.
- Organización del trabajo en equipo. Procedimientos de gestión.
- Factores motivadores: Reconocimiento, responsabilidad, progreso profesional, retribución, logro de objetivos.

***Unidad formativa: Seguridad y prevención de riesgos en el almacén alimentario.***

***Código: 1612 - UF04 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Seguridad en el almacén alimentario.
- Evaluación de riesgos en el almacén alimentario y su prevención.
- Aplicación de medidas y recomendaciones de prevención de riesgos en el almacén alimentario.

**Módulo profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios**  
**Código: 1613**  
**Duración:130 horas**

***Unidad formativa: Plan de marketing digital en negocios alimentarios.***

***Código: 1613 - UF01 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

Elaboración del plan de marketing digital.

- Desarrollo del plan de marketing digital internacional.
- Características específicas del cliente online internacional.
- Promoción online y offline de la web exportadora.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

Posicionamiento.

- Desarrollo del plan de marketing.
- Promoción online.
- Posicionamiento en buscadores.
- Redes sociales. Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.

***Unidad formativa: Constitución y Gestión de una página Web para comercios de productos alimentarios.***

***Código: 1613 - UF02 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

- Idea y diseño de una tienda virtual.
- Modelos de negocio digital.
- Escaparate Web. Catálogo electrónico.
- Creación y gestión de contenidos, publicidad.
- Crear, gestionar y mantener páginas Web, blogs.
- Posicionamiento en las redes sociales.
- E-mail marketing.
- Legislación aplicable.
- Seguridad en las transacciones electrónicas.
- Gestión de reclamaciones.
- Financiación de una tienda online.
- Evaluación de medios de pago online. Gastos bancarios.
- Carrito de la compra online.

***Unidad formativa: Redes sociales para comercios de productos alimentarios.***

***Código: 1613 - UF03 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Gestión de páginas en las Redes Sociales.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- Creación de una red de contactos.
- Compra venta en Redes Sociales.

***Unidad formativa: Gestión de pedidos en el comercio alimentario.***

***Código: 1613 - UF04 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Documentos de la compra-venta online.
- Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.
- Canales de venta y sistemas de distribución.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- El proceso de recepción de pedidos.
- Los medios de pago. Evaluación de medios de pago online. Gastos bancarios.
- Las incidencias en los pedidos.
- El servicio posventa. Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes.

**Módulo profesional: Gestión de un comercio alimentario**

**Código: 1615**

**Duración: 130 horas**

***Unidad formativa: Realización de actividades comerciales, económicas y monetarias en comercios alimentario.***

***Código: 1615 - UF01 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Sistemas y medios de cobro y pago.
- Gestión de cuentas bancarias.
- Operaciones en el terminal punto de venta.
- Emisión y tramitación de facturas de ventas.

***Unidad formativa: Gestión y envío de pedidos.***

***Código: 1615 - UF02 (NA).***

***Duración: 30 horas.***

- Gestión de pedidos a empresas proveedoras.
- Documentación básica en la preparación de pedidos.
- Supervisión de la documentación de pedidos.

***Unidad formativa: Gestión de impuestos en un comercio alimentario.***

***Código: 1615 - UF03 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Gestión fiscal en el comercio alimentario: Tributación básica.
- Impuesto valor añadido (IVA).
- Impuesto renta personas físicas (IRPF).
- Impuesto Sociedades (IS).

***Unidad formativa: Gestión de la tesorería en un comercio alimentario.***

***Código: 1615 - UF04 (NA).***

***Duración: 20 horas.***

- Elaboración plan de tesorería.
- Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario.
- Previsión de tesorería: Desviaciones y análisis de ingresos y gastos.
- Negociación con entidades bancarias. Negociación de efectos comerciales.
- Organización de documentos físicos.

**Unidad formativa: Cálculo y supervisión de los resultados económicos en un comercio alimentario.**

**Código: 1615 - UF05 (NA).**

**Duración: 30 horas.**

- Precios y Análisis de la rentabilidad de ventas en comercio alimentario.
- Determinación del margen comercial.
- Planificación del control presupuestario,
- Desviaciones y análisis del control presupuestario.

**Módulo Profesional: Inglés**

**Código: 0156**

**Duración: 90 horas**

***Unidad formativa: Inglés en comercialización de productos alimentarios I.***

***Código: 0156 - UF01 (NA).***

***Duración: 40 horas.***

Análisis de mensajes orales e interpretación de mensajes escritos básicos:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales básicos:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del sector de la administración.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones.
- 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.

Emisión de textos escritos básicos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.

***Unidad formativa: Inglés en comercialización de productos alimentarios II.***

***Código: 0156 - UF02 (NA).***

***Duración: 50 horas.***

Análisis de mensajes orales e interpretación de mensajes escritos elaborados:

- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales elaborados:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

- Terminología específica del sector de la administración.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones.
- 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.

Emisión de textos escritos elaborados:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.

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 socio-profesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

## ANEXO 4

### CONVALIDACIONES Y EXENCIONES

**a) Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios al amparo de la Ley Orgánica 2/2006.**

MÓDULOS PROFESIONALES INCLUIDOS EN CICLOS FORMATIVOS ESTABLECIDOS EN LOGSE 1/1990	MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO (LOE 2/2006): TÉCNICO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS
Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Comercio	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. (Cualquier ciclo formativo)	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Organización y gestión de una explotación agraria familiar. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones agrarias extensivas. (Actividades Agrícolas). –Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones ganaderas. (Actividades Agrícolas). –Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones agrícolas intensivas. (Actividades Agrícolas). –Ciclo Formativo de Grado Medio en Jardinería. (Actividades Agrícolas). –Ciclo Formativo de Grado Medio en Trabajos forestales y de conservación del medio natural. (Actividades Agrícolas).	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Organización y gestión de una pequeña empresa de actividades de tiempo libre y socioeducativas. –Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación de actividades físicas y deportivas. (Actividades Físicas y Deportivas). –Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación sociocultural. (Servicios Socioculturales y a la Comunidad). –Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación turística. (Hostelería y Turismo).	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Organización y gestión de una empresa agraria. –Ciclo Formativo de Grado Superior en Gestión y organización de empresas agropecuarias. (Actividades Agrícolas). –Ciclo Formativo de Grado Superior en Gestión y organización de los recursos naturales y paisajísticos. (Actividades Agrícolas).	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Ciclo Formativo completo de Grado Medio en Gestión administrativa. (Administración).	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.

**b) Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE) y los establecidos en el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.**

MÓDULOS PROFESIONALES (CICLO FORMATIVO AL QUE PERTENECEN)	MÓDULOS PROFESIONALES A CONVALIDAR
1227. Gestión de un pequeño comercio. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Empresa e iniciativa emprendedora. (Cualquier ciclo formativo)	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Ciclo Formativo completo de Grado Superior en administración y finanzas. (Administración y Gestión).	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.
Ciclo Formativo completo de Grado Superior en Procesos y calidad en la industria alimentaria. (Industrias alimentarias).	1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.
0931. Marketing digital. –Ciclo Formativo de Grado Superior en Gestión de ventas y espacios comerciales. –Ciclo Formativo de Grado Superior en Marketing y publicidad.	1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.
Ciclo Formativo completo de Grado Medio en Actividades comerciales.	1615. Gestión de un comercio alimentario.

**c) Convalidaciones entre módulos profesionales establecidos en el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios y los de otros títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE).**

MÓDULOS PROFESIONALES	MÓDULOS PROFESIONALES A CONVALIDAR (CICLO FORMATIVO AL QUE PERTENECEN)
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.* 1615. Gestión de un comercio alimentario.*	1227. Gestión de un pequeño comercio. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.	Empresa e iniciativa emprendedora (Cualquier ciclo formativo).
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.	1226. Marketing en la actividad comercial. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	1234. Servicios de atención comercial. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.* 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.*	0437. Comunicación empresarial y atención al cliente. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Gestión administrativa. (Administración y Gestión).
1612. Logística de productos alimentarios.	1228. Técnicas de almacén. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.
1612. Logística de productos alimentarios.* 1615. Gestión de un comercio alimentario.*	1229. Gestión de compras. –Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades comerciales.
Ciclo Formativo completo.	0146. Venta y comercialización de productos alimentarios. –Ciclo Formativo de Grado Medio en aceites de oliva y vinos. (Industrias alimentarias). –Ciclo Formativo de Grado Medio en elaboración de productos alimenticios. (Industrias alimentarias).
Ciclo Formativo completo.	0413. Comercialización de productos agroecológicos. –Ciclo Formativo de Grado Medio en producción agroecológica. (Agraria).

\* Se requerirá aportar simultáneamente la formación en los módulos profesionales para tener derecho a la convalidación.

## ANEXO 5

### CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES Y UNIDADES DE COMPETENCIA

**A) Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación.**

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC2104–2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.	1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios
UC0239–2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.* UC0241–2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.*	1609. Atención comercial en negocios alimentarios.
UC0260–2: Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.	1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.
UC2106–2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.* UC1015–2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.* UC1792–2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios.*	1612. Logística de productos alimentarios.

\* Se requerirá aportar las unidades de competencia simultáneamente para la correspondencia establecida.

**B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.**

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios	UC2104-2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.* 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.*	UC2105-2 Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.* 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.*	UC0239-2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización. UC0241-2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario
1612. Logística de productos alimentarios.* 1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.* 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.*	UC2106-2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio. UC1015-2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén. UC1792-2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios. UC0260-2: Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.

\* La correspondencia establecida exige la aportación simultánea de los módulos profesionales.

**ANEXO 6**

**PROFESORADO**

**A) Atribución Docente.**

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.	Organización y Gestión Comercial.	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario	Organización y Gestión Comercial.	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.	Procesos comerciales	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional.
1609. Atención comercial en negocios alimentarios	Organización y Gestión Comercial	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio	Cocina y Pastelería. Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional
	Profesor/a especialista.	
1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Cocina y Pastelería. Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional
	Profesor especialista.	
1612. Logística de productos alimentarios	Procesos comerciales	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios	Procesos comerciales	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario	Procesos comerciales	Profesores/as técnicos/as de Formación Profesional
1615. Gestión de un comercio alimentario.	Organización y Gestión Comercial	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.
1616. Formación y orientación laboral.	Formación y Orientación Laboral	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0156. Inglés	Inglés.	Catedráticos/as de Enseñanza Secundaria. Profesores/as de Enseñanza Secundaria.

**B) Titulaciones habilitantes a efectos de docencia**

CUERPOS	ESPECIALIDADES	TITULACIONES
Profesores de Enseñanza Secundaria	Formación y orientación laboral	–Diplomado/a en Ciencias Empresariales –Diplomado/a en Relaciones Laborales –Diplomado/a en Trabajo Social –Diplomado/a en Educación Social –Diplomado/a en Gestión y Administración Pública
	Organización y gestión comercial	Diplomado/a en Ciencias Empresariales
Profesores Técnicos de Formación Profesional	Cocina y pastelería	–Técnico/a Superior en dirección de Cocina. –Técnico/a Superior en Restauración. –Técnico/a Especialista en Hostelería

**C) Titulaciones requeridas para los centros privados**

Titulaciones requeridas para impartir los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración educativa.

MÓDULOS PROFESIONALES	TITULACIONES
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.	Licenciado/a, Ingeniero/a, Arquitecto/a o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.

Titulaciones habilitantes a efectos de docencia para impartir módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración educativa.

MÓDULOS PROFESIONALES	TITULACIONES
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. 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario. 1615. Gestión de un comercio alimentario. 1616. Formación y orientación laboral.	Diplomado/a, Ingeniero/a Técnico/a o Arquitecto/a Técnico/a u otros títulos equivalentes.

MÓDULOS PROFESIONALES	TITULACIONES
1 610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio. 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Técnico superior en dirección de cocina. Técnico superior en restauración. Técnico especialista en hostelería.

## ANEXO 7

### ESPACIOS

ESPACIO FORMATIVO
Aula polivalente
Taller de tienda de alimentación (1)
Taller de almacén alimentario (1)

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

Módulo Profesional: Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.....	59
Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.....	64
Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.....	69
Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.....	75
Módulo Profesional: Inglés.....	80
Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo. ....	85
ANEXO 3.....	89
UNIDADES FORMATIVAS.....	89
ANEXO 4.....	114
CONVALIDACIONES Y EXENCIONES.....	114
a) Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios al amparo de la Ley Orgánica 2/2006.....	114
b) Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE) y los establecidos en el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.....	114
c) Convalidaciones entre módulos profesionales establecidos en el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios y los de otros títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE). ....	115
ANEXO 5.....	115
CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES Y UNIDADES DE COMPETENCIA.....	115
A) Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación.....	115
B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación. ....	116
ANEXO 6.....	116
PROFESORADO.....	116
A) Atribución Docente.....	116
B) Titulaciones habilitantes a efectos de docencia.....	117
C) Titulaciones requeridas para los centros privados.....	117
ANEXO 7.....	118
ESPACIOS.....	118