



## LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

---

Real Decreto 189/2018, de 6 de abril, por el que se establece el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios y se fijan los aspectos básicos del currículo.

---

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte  
«BOE» núm. 85, de 7 de abril de 2018  
Referencia: BOE-A-2018-4748

---

### ÍNDICE

<i>Preámbulo</i> . . . . .	3
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . . .	4
Artículo 1. Objeto. . . . .	4
CAPÍTULO II. Identificación del título, perfil profesional, entorno profesional y prospectiva del título en el sector o sectores. . . . .	4
Artículo 2. Identificación del título. . . . .	4
Artículo 3. Perfil profesional del título. . . . .	4
Artículo 4. Competencia general. . . . .	5
Artículo 5. Competencias profesionales, personales y sociales. . . . .	5
Artículo 6. Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título. . . . .	6
Artículo 7. Entorno profesional. . . . .	7
Artículo 8. Prospectiva del título en el sector o sectores. . . . .	7
CAPÍTULO III. Enseñanzas del ciclo formativo y parámetros básicos de contexto . . . . .	8
Artículo 9. Objetivos generales. . . . .	8
Artículo 10. Módulos profesionales. . . . .	9
Artículo 11. Espacios y equipamientos. . . . .	10
Artículo 12. Profesorado. . . . .	10

CAPÍTULO IV. Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia . . . . .	11
Artículo 13. Acceso a otros estudios. . . . .	11
Artículo 14. Convalidaciones y exenciones. . . . .	11
Artículo 15. Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención. . . . .	12
<i>Disposiciones adicionales</i> . . . . .	12
Disposición adicional primera. Referencia del título en el marco europeo. . . . .	12
Disposición adicional segunda. Oferta a distancia de este título. . . . .	12
Disposición adicional tercera. Titulaciones equivalentes y vinculación con capacitaciones profesionales. . . . .	12
Disposición adicional cuarta. Regulación del ejercicio de la profesión. . . . .	13
Disposición adicional quinta. Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título. . . . .	13
Disposición adicional sexta. Titulaciones habilitantes a efectos de docencia. . . . .	13
<i>Disposiciones transitorias</i> . . . . .	13
Disposición transitoria única. Acceso a otros estudios. . . . .	13
<i>Disposiciones finales</i> . . . . .	13
Disposición final primera. Título competencial. . . . .	13
Disposición final segunda. Entrada en vigor. . . . .	13
ANEXO I. Módulos Profesionales . . . . .	14
ANEXO II. Espacios. . . . .	63
ANEXO III A). Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico en comercialización de productos alimentarios . . . . .	63
ANEXO III B). Titulaciones habilitantes a efectos de docencia . . . . .	64
ANEXO III C). 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 . . . . .	65
ANEXO III D). 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 . . . . .	65
ANEXO IV. Convalidaciones . . . . .	65
ANEXO V A). Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación. . . . .	67
ANEXO V B). Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación . . . . .	68

TEXTO CONSOLIDADO  
Última modificación: sin modificaciones

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dispone en el artículo 39.6 que el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecerá las titulaciones correspondientes a los estudios de formación profesional, así como los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas.

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, establece en el artículo 10.1 que la Administración General del Estado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 149.1.30.<sup>a</sup> y 7.<sup>a</sup> de la Constitución y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, define en su artículo 9 la estructura de los títulos de formación profesional, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

Por otra parte, dicho real decreto concreta en el artículo 7 el perfil profesional de dichos títulos, que incluirá la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, las cualificaciones y, en su caso, las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en los títulos, de modo que cada título incorporará, al menos, una cualificación profesional completa, con el fin de lograr que los títulos de formación profesional respondan de forma efectiva a las necesidades demandadas por el sistema productivo y a los valores personales y sociales que permitan ejercer una ciudadanía democrática.

Este marco normativo hace necesario que ahora el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establezca cada uno de los títulos que formarán el Catálogo de títulos de la formación profesional del sistema educativo, los aspectos básicos del currículo y aquellos otros aspectos de la ordenación académica que, sin perjuicio de las competencias atribuidas a las Administraciones educativas en esta materia, constituyan los aspectos básicos del currículo que aseguren una formación común y garanticen la validez de los títulos, en cumplimiento con lo dispuesto en el artículo 6.bis.1 e) de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

A estos efectos, procede determinar para cada título su identificación, su perfil profesional, el entorno profesional, la prospectiva del título en el sector o sectores, las enseñanzas del ciclo formativo, la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención, y los parámetros básicos de contexto formativo (espacios y equipamientos mínimos, titulaciones y especialidades del profesorado y sus equivalencias a efectos de docencia), previa consulta a las Comunidades Autónomas, según lo previsto en el artículo 39.6 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

Asimismo, en cada título se determinarán los accesos a otros estudios, las convalidaciones, exenciones y equivalencias y, cuando proceda, la información sobre los requisitos necesarios para el ejercicio profesional, según la legislación vigente.

Así, este real decreto, conforme a lo previsto en el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece y regula, en los aspectos y elementos básicos antes indicados, el título de formación profesional del sistema educativo de Técnico en comercialización de productos alimentarios.

Asimismo, cabe mencionar que este real decreto se ajusta a los principios de buena regulación contenidos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, en tanto que la misma persigue el interés general al facilitar la adecuación de la oferta formativa a las demandas de los sectores productivos, ampliar la oferta de formación profesional, avanzar en la integración de la formación profesional en el conjunto del sistema educativo y reforzar la cooperación entre las Administraciones educativas, así como con los agentes sociales y las

empresas privadas; no existiendo ninguna alternativa regulatoria menos restrictiva de derechos, resulta coherente con el ordenamiento jurídico y permite una gestión más eficiente de los recursos públicos. Del mismo modo, durante el procedimiento de elaboración de la norma se ha permitido la participación activa de los potenciales destinatarios a través del trámite de audiencia e información pública y quedan justificados los objetivos que persigue la ley.

En el proceso de elaboración de este real decreto han sido consultadas las Comunidades Autónomas y ha emitido dictamen el Consejo Escolar del Estado e informe el Consejo General de la Formación Profesional y el Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales. Este real decreto está incluido en el Plan anual normativo para 2018 del Gobierno.

Este real decreto tiene carácter de norma básica, y se dicta al amparo del artículo 149.1.30.<sup>a</sup> de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución a fin de garantizar el cumplimiento de obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

Se ha recurrido a una norma reglamentaria para establecer bases estatales conforme con el Tribunal Constitucional, que admite que «excepcionalmente» las bases puedan establecerse mediante normas reglamentarias en determinados supuestos, como ocurre en el presente caso, cuando «resulta complemento indispensable para asegurar el mínimo común denominador establecido en las normas legales básicas» (así, entre otras, en las SSTC 25/1983, 32/1983 y 48/1988).

En su virtud, a propuesta del Ministro de Educación, Cultura y Deporte y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 6 de abril de 2018,

DISPONGO:

## CAPÍTULO I

### Disposiciones generales

#### **Artículo 1.** *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto el establecimiento del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, con carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, así como de los correspondientes aspectos básicos del currículo.

## CAPÍTULO II

### **Identificación del título, perfil profesional, entorno profesional y prospectiva del título en el sector o sectores**

#### **Artículo 2.** *Identificación del título.*

El título de Técnico en comercialización de productos alimentarios queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Comercialización de productos alimentarios.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing y Hostelería y Turismo.

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

#### **Artículo 3.** *Perfil profesional del título.*

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.

**Artículo 4. 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.

**Artículo 5. Competencias profesionales, personales y sociales.**

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

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

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

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

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

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

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

g) Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria.

h) Supervisar la obtención de porciones de productos alimentarios frescos, y la elaboración de derivados de carnes y pescados, en función de la pieza, destino culinario y demanda del cliente, siguiendo las condiciones requeridas de calidad y seguridad alimentaria.

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

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

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

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todas las personas» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

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

**Artículo 6.** *Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.*

1. Cualificación profesional completa:

Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631\_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio, por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, mediante el establecimiento de determinadas cualificaciones profesionales correspondientes a las Familias Profesionales Artes Gráficas y Comercio y Marketing) 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.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de venta. COM085\_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, por el que se establecen determinadas cualificaciones profesionales que se incluyen en el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos que se incorporan al Catálogo modular de formación profesional; así como las modificaciones publicadas en el Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero, por el que se complementa el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, mediante el establecimiento de siete cualificaciones profesionales de la Familia Profesional Comercio y Marketing):

UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

b) Organización y gestión de almacenes. COM318\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero, por el que se complementa el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, mediante el establecimiento de siete cualificaciones profesionales de la Familia Profesional Comercio y Marketing):

UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.

c) Cocina. HOT093\_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, por el que se establecen determinadas cualificaciones profesionales que se incluyen en el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos que se incorporan al Catálogo modular de formación profesional así como las modificaciones publicadas en el Real Decreto 1700/2007, de 14 de diciembre, por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, mediante el establecimiento de trece cualificaciones profesionales de la familia profesional hostelería y turismo):

UC0260\_2: Preelaborar y conservar toda clase de alimentos.

**Artículo 7. Entorno profesional.**

1. 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.

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

- a) Responsable/encargado de establecimiento alimentario.
- b) Responsable/encargado de sección/sala/departamento de tienda de alimentación.
- c) Gestor/a de pequeño comercio alimentario.
- d) Responsable/encargado de comercios alimentarios *online*.
- e) Asesor/a comercial de productos alimentarios.
- f) Vendedor/a de productos alimentarios.

**Artículo 8. Prospectiva del título en el sector o sectores.**

Las Administraciones educativas tendrán en cuenta, al desarrollar el currículo correspondiente, las siguientes consideraciones:

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

b) 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 autónomos. Las perspectivas de evolución del sector apuntan hacia un mantenimiento de esta situación.

c) 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.

d) 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.

e) 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).

f) 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.

### CAPÍTULO III

#### Enseñanzas del ciclo formativo y parámetros básicos de contexto

##### **Artículo 9. Objetivos generales.**

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **Artículo 10. Módulos profesionales.**

1. Los módulos profesionales de este ciclo formativo:

a) Quedan desarrollados en el anexo I de este real decreto, cumpliendo lo previsto en el artículo 10 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.

b) Son los que a continuación se relacionan:

1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.

1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.

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

1609. Atención comercial en negocios alimentarios.

1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.

1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.

1612. Logística de productos alimentarios.

1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.

1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.

1615. Gestión de un comercio alimentario.

0156. Inglés.

1616. Formación y orientación laboral.

1617. Formación en centros de trabajo.

2. Las Administraciones educativas establecerán los currículos correspondientes, respetando lo establecido en este real decreto y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio.

3. A los efectos de lo previsto en este real decreto se entiende por:

a) Resultado de aprendizaje: el logro profesional que se espera que un estudiante sea capaz de realizar al culminar el proceso de aprendizaje, expresado en forma de competencia contextualizada.

b) Criterios de evaluación: indicadores que concretan los aspectos más significativos que permitan la valoración de la consecución del logro profesional descrito en el resultado de aprendizaje, se expresan en forma de evaluación de la aplicación del saber hacer, saber y comportarse.

c) Contenidos básicos del currículo: bloques de conocimientos agrupados según los resultados de aprendizaje de cada módulo profesional. Se expresan en términos de procedimientos, conceptos y actitudes.

**Artículo 11. Espacios y equipamientos.**

1. Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el anexo II de este real decreto.

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.

b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.

c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.

d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

5. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) El equipamiento (equipos, máquinas y otros) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.

b) La cantidad y características del equipamiento deberán estar en función del número de personas matriculadas y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

6. Las Administraciones competentes velarán para que los espacios y el equipamiento sean los adecuados en cantidad y características para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se derivan de los resultados de aprendizaje de los módulos correspondientes y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

**Artículo 12. Profesorado.**

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

2. Las titulaciones requeridas para ingresar en los cuerpos docentes citados son, con carácter general, las determinadas en el artículo 13 del Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada ley, aprobado por Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero.

3. El profesorado especialista tendrá atribuida excepcionalmente, la competencia docente de los módulos profesionales especificados en el anexo III A) de este real decreto.

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

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

6. Para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de las educativas, las titulaciones requeridas y los requisitos necesarios, para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título, son las incluidas en el anexo III C) de este real decreto. En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los objetivos de los módulos profesionales, expresados en resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos, y, si dichos objetivos no estuvieran incluidos, además de la titulación deberá acreditarse, mediante certificación, una experiencia laboral de, al menos, tres años en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

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

7. Las Administraciones competentes velarán para que el profesorado que imparta los módulos profesionales cumpla con los requisitos especificados y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

#### CAPÍTULO IV

##### **Accesos y vinculación a otros estudios, y correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia**

###### **Artículo 13.** *Acceso a otros estudios.*

1. El título de Técnico en comercialización de productos alimentarios permite el acceso a cualquier otro ciclo formativo de grado medio o de grado superior, según lo establecido en los artículos 44.2 y 41.3 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

2. El título de Técnico en comercialización de productos alimentarios permitirá obtener el título de Bachiller por la superación de la evaluación final de Bachillerato en relación con las materias del bloque de asignaturas troncales que como mínimo se deban cursar en la modalidad y opción que escoja el alumno o alumna, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 44.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

3. No obstante lo anterior, la aplicación de este apartado, queda suspendida hasta la entrada en vigor de la normativa resultante del Pacto de Estado social y político por la educación, según lo establecido en el Real Decreto-Ley 5/2016, de 9 de diciembre, de medidas urgentes para la ampliación del calendario de implantación de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

Durante este período, los alumnos que se encuentren en posesión del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios podrán obtener el título de Bachiller cursando y superando las materias generales del bloque de asignaturas troncales de la modalidad de Bachillerato que el alumno elija.

###### **Artículo 14.** *Convalidaciones y exenciones.*

1. Las convalidaciones entre módulos profesionales de títulos de formación profesional del sistema educativo, y los módulos profesionales del título que se establece en este real decreto son las que se indican en el anexo IV.

2. Quienes hubieran superado el módulo profesional de Formación y orientación laboral en cualquiera de los ciclos formativos correspondientes a los títulos establecidos al amparo

de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, tendrá convalidado dicho módulo en cualquier otro ciclo formativo establecido al amparo de la misma ley.

El módulo profesional 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios de este ciclo formativo convalidará el módulo profesional de Empresa e iniciativa emprendedora de cualquier otro ciclo formativo establecido al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

3. Quienes hayan obtenido la acreditación de todas las unidades de competencia incluidas en el título, mediante el procedimiento establecido en el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, podrán convalidar el módulo profesional de Formación y Orientación Laboral siempre que:

- a) Acrediten, al menos, un año de experiencia laboral;
- b) y estén en posesión de la acreditación de la formación establecida para el desempeño de las funciones de nivel básico de la actividad preventiva, expedida de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.

4. De acuerdo con lo establecido en el artículo 39 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, podrá determinarse la exención total o parcial del módulo profesional de Formación en centros de trabajo por su correspondencia con la experiencia laboral, siempre que se acredite una experiencia relacionada con este ciclo formativo en los términos previstos en dicho artículo.

**Artículo 15.** *Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación, convalidación o exención.*

1. La correspondencia de las unidades de competencia, acreditadas conforme establece el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios, para su convalidación o exención, queda determinada en el anexo V A) de este real decreto.

2. La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios con las unidades de competencia, para su acreditación, queda determinada en el anexo V B) de este real decreto.

**Disposición adicional primera.** *Referencia del título en el marco europeo.*

Una vez establecido el marco nacional de cualificaciones, de acuerdo con las recomendaciones europeas, se determinará el nivel correspondiente de esta titulación en el marco nacional y su equivalente en el europeo.

**Disposición adicional segunda.** *Oferta a distancia de este título.*

Los módulos profesionales que forman las enseñanzas de este ciclo formativo podrán ofertarse a distancia, siempre que se garantice que el alumnado pueda conseguir los resultados de aprendizaje de los mismos, de acuerdo con lo dispuesto en este real decreto. Para ello, las Administraciones educativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, adoptarán las medidas que estimen necesarias y dictarán las instrucciones precisas.

**Disposición adicional tercera.** *Titulaciones equivalentes y vinculación con capacitaciones profesionales.*

1. La formación establecida en este real decreto en el módulo profesional de Formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, siempre que tenga, al menos, 45 horas lectivas.

2. La formación establecida en este real decreto, en sus diferentes módulos profesionales, garantiza el nivel de conocimiento exigido en materia de manipulación de alimentos.

**Disposición adicional cuarta.** *Regulación del ejercicio de la profesión.*

El título establecido en este real decreto no constituye una regulación del ejercicio de profesión regulada alguna.

**Disposición adicional quinta.** *Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.*

1. Las Administraciones educativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, incluirán en el currículo de este ciclo formativo los elementos necesarios para garantizar que las personas que lo cursen desarrollen las competencias incluidas en el currículo en «diseño para todas las personas».

2. Asimismo, dichas Administraciones adoptarán las medidas que estimen necesarias para que este alumnado pueda acceder y cursar dicho ciclo formativo en las condiciones establecidas en la disposición adicional tercera del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre.

**Disposición adicional sexta.** *Titulaciones habilitantes a efectos de docencia.*

1. A los efectos del artículo 12.2 de este real decreto, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 95.1 de la Ley Orgánica, 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, las titulaciones recogidas en el anexo III B) de este real decreto habilitarán a efectos de docencia para el ingreso en las distintas especialidades del profesorado.

2. A los efectos del artículo 12.6 de este real decreto las titulaciones recogidas en el anexo III D) de este real decreto habilitarán a efectos de docencia para los distintos módulos profesionales.

**Disposición transitoria única.** *Acceso a otros estudios.*

La aplicación del artículo 13.2 de este real decreto queda suspendida hasta la entrada en vigor de la normativa resultante del Pacto de Estado social y político por la educación, según lo establecido en el Real Decreto-Ley 5/2016, de 9 de diciembre.

Durante este período, los alumnos que se encuentren en posesión del título de Técnico en comercialización de productos alimentarios podrán obtener el título de Bachiller cursando y superando las materias generales del bloque de asignaturas troncales de la modalidad de Bachillerato que el alumno elija.

**Disposición final primera.** *Título competencial.*

Este real decreto tiene carácter de norma básica, y se dicta al amparo del artículo 149.1.30.<sup>a</sup> de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución a fin de garantizar el cumplimiento de obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

**Disposición final segunda.** *Entrada en vigor.*

Este real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 6 de abril de 2018.

FELIPE R.

El Ministro de Educación, Cultura y Deporte,  
ÍNIGO MÉNDEZ DE VIGO Y MONTOJO

**ANEXO I**

**Módulos Profesionales**

Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios.

Código: 1606.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido el modelo de empresa de comercialización alimentaria y su organización estructural para obtener los resultados esperados.

b) Se ha decidido la idea de negocio para el establecimiento de una empresa de comercialización alimentaria, valorando, en el entorno de actuación, modelos consolidados y novedosos, tendencias y segmentos de mercado.

c) Se han establecido las etapas de emprendimiento del negocio relacionándolas con las características de innovación, formación y colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.

d) Se han valorado las propias aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.

e) Se han elaborado el análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la idea de negocio alimentario.

f) Se ha decidido la estrategia empresarial, relacionándola con la idea de negocio y sus objetivos.

g) Se ha evaluado la información del entorno sobre datos sectoriales, empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.

h) Se han analizado, en empresas relacionadas con el comercio alimentario, prácticas que incorporan valores éticos y sociales para su incorporación a la idea de negocio.

i) Se han analizado las características de cultura empresarial e imagen corporativa de la idea de negocio alimentario en relación con los objetivos empresariales.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha decidido la posible ubicación física o virtual de la idea de comercio alimentario valorando la información del entorno obtenida sobre locales disponibles y sus precios.

b) Se ha valorado la posible ubicación virtual del comercio alimentario en función de segmentos de población, nichos de oportunidad y especialización de la idea.

c) Se han valorado las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros) para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.

d) Se ha elaborado el plan de sostenibilidad del comercio alimentario en función de la previsión del gasto energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y el mantenimiento, entre otros.

e) Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.

f) Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.

g) Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.

h) Se ha elaborado un plan de inversión con las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio alimentario y su coste.

3. Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado las posibilidades de fuentes de financiación externa para comercios alimentarios, estimando costes e ingresos en función de la idea del negocio.

b) Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.

c) Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.

d) Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.

e) Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.

f) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.

g) Se ha valorado la negociación del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.

h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.

4. Realiza la viabilidad económica y social de la idea de una pequeña empresa de comercio alimentario analizando características de planes económico-financieros, y valorando ventajas y fortalezas de la propuesta de negocio.

Criterios de evaluación:

a) Se han calculado ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, utilizando los datos de Cuentas Anuales de un comercio alimentario, como Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una pequeña empresa, entre otros.

b) Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.

c) Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.

d) Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.

e) Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.

f) Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.

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

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.

c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.

d) Se han realizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario en función de la idea de negocio, física y *online*.

e) Se han gestionado presencial o telemáticamente las solicitudes relativas a licencia o comunicación de actividad o de apertura, licencia de obras, aplicación de medidas higiénicas, plan contra incendios y legislación medioambiental, entre otros.

f) Se han calculado los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha de un comercio alimentario efectuando los pagos al ayuntamiento relativos a tasas (por prestación de servicios urbanísticos, por utilización privativa, aprovechamiento del dominio público,...) según las características del negocio alimentario.

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

Duración: 70 horas.

Contenidos básicos:

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

– Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.

– 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.

– Elaboración de planes de sostenibilidad. Gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y el mantenimiento Plan de sostenibilidad, Gastos. Previsiones. Tipos de gastos: energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y mantenimiento, entre otros.

– Valoración de las posibilidades costes de innovación y calidad del negocio alimentario.

– Estimación de costes de adquisición de equipamiento. Compra o alquiler.

– Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo.

– Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales.

– Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.

Realización de planes financieros de comercio alimentario:

– Determinación de fuentes de financiación externas. Costes e ingresos.

– Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.

– Valoración de la financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones.

– Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación. Ayudas a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo. Públicas y privadas.

– Negociación del pago de impuestos. Tipo de impuestos: locales y estatales. Previsión de liquidez para el pago.

– Elaboración de planes económico-financieros, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional.

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

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

• Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

– 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 jurídica de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal.

– Responsabilidad empresarial.

– 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 pedagógicas.

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

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

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

– Diseño y planificación de una pequeña empresa de alimentación en un entorno determinado.

– Constitución de un negocio alimentario, puesta en marcha y gestión de trámites.

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

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

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

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

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

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.
- b) Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.

c) Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.

d) Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.

e) Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.

f) Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.

g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.

b) Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.

c) Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.

d) Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.

e) Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.

f) Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.

g) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se han seleccionado los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.

c) Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.

d) Se han valorado distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, a fin de su adopción para el negocio, analizando los niveles del canal, el número y el tipo de empresas intermediarias, así como la posibilidad de distribución *online*.

e) Se ha calculado el coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.

f) Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.

g) Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se han establecido los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.

c) Se han calculado ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.

d) Se han efectuado mediciones de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal y a la gestión de productos en el mismo, aplicando herramientas electrónicas e informáticas.

e) Se ha valorado la satisfacción del cliente y el procedimiento de gestión de incidencias en relación con la imagen de la empresa que se desea transmitir.

f) Se ha valorado el plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente.

g) Se ha valorado el grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados.

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

Duración: 60 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:

– 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.

– Productos alimentarios asociados a la idea de negocio: características y estacionalidad. Potencial de ventas.

– Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones de pago, estrategias de marketing, servicios al público y requerimientos exigidos para su funcionamiento.

– Estudio de mercado. Análisis del entorno. Público objetivo y competidores. Poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo El estudio del comportamiento de la persona consumidora.

– Comerciales. Actuación.

– Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad.

– Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.

– Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección.

– Cálculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta.

– Elaboración de planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.

Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios:

– Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales.

– Determinación de acciones de marketing mix de un comercio alimentario. Finalidad.

– Determinación de necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas.

– Programación de la acción publicitaria en comercialización alimentaria. Tipo de negocio, estacionalidad, entorno.

– Técnicas de promoción en comercios alimentarios.

– Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado

Determinación de precios de venta de productos alimentarios:

– Métodos de fijación de precios. Criterios: a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado.

– Cálculo de costes de comercialización alimentaria.

– Cálculo de beneficios.

– Determinación de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.

– Precio de venta al público. Cálculo del escandallo. Cálculo de fijación de precios. Margen comercial. Componentes y Cálculo. Punto muerto. Tendencia del mercado. Fluctuaciones del mercado.

- Formas y medios de pago. Descuentos según tipos de productos. Elaboración de planes de pagos.

- Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.

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

- Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario: Venta tradicional, *online* y autoservicio.

- Selección de canales de distribución de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial. Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución.

- Estrategias de distribución.

- Cálculo del coste de distribución según el tipo de producto alimentario. Transporte. Almacenamiento. Seguros, comisiones y márgenes comerciales.

- Cumplimentación de contratos de intermediación comercial.

- Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción del cliente.

Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria:

- Criterios de valoración de las acciones promocionales. Objetivos obtenidos y previstos. Indicadores.

- Índices y ratios económico financieros.

- Valoración de la eficacia de una acción de comunicación. Indicadores

- Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing. 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 pedagógicas.

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

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

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

- Análisis de mercado, competencia y cliente.

- Estrategias de marketing mix (producto, precio, distribución y promoción)

- Acciones de comunicación.

- Estrategias de actuación con proveedores y cliente.

- Resultados de las estrategias de marketing.

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

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

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

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

Módulo Profesional: Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.  
Código: 1608.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha programado la reposición de productos no perecederos, en lineales, góndolas y expositores, atendiendo al índice de rotación, caducidad y al cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria.
- b) Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de venta, según la distribución de los productos.
- c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que animen a la venta de productos no perecederos, facilitando el control de la reposición y calidad de los productos.
- d) Se ha controlado la accesibilidad a los productos en los lineales, manteniendo su identificación de cara al cliente y permitiendo la visión de la marca y etiquetado.
- e) Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.

f) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.

g) Se ha controlado la temperatura ambiente, atendiendo la conservación de los productos y el confort de los clientes.

h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha supervisado la colocación de productos frescos, en mostradores, teniendo en consideración el sistema de rotación y reposición aplicando la normativa higiénico-sanitaria.

b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despieceado y procedencia según criterios de calidad.

c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.

d) Se ha supervisado el estado de limpieza y el tratamiento de armarios y cámaras frigoríficas, asegurando el estado de conservación de los productos y el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria aplicable.

e) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.

f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos.

g) Se han supervisado los tratamientos (agua rociada e hielo, entre otros) que garanticen el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión del hielo.

h) Se ha organizado el transporte de los suministros a expositores y mostradores desde cámaras y almacén a fin del suministro rápido de los productos.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementen la atención y captación del cliente.

b) Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.

c) Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los diferentes objetivos comerciales.

d) Se han presentado vales descuento y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses del cliente, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.

e) Se han presentado al cliente catas de alimentarios con el fin de dar a conocer nuevos productos o marcas.

f) Se han programado la difusión de música ambiental y de ofertas de productos por la megafonía del espacio comercial, atendiendo a horarios y afluencia de público.

g) Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de videos clips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.

c) Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética, en función del elemento decorativo o informativo a ubicar.

d) Se han creado mensajes visuales a transmitir al cliente, consiguiendo la armonización entre forma, textura y color, mediante programas ofimáticos de tratamiento de textos e imágenes.

e) Se ha supervisado el montaje de elementos decorativos garantizando que no entrañe riesgos para la seguridad de clientes y trabajadores, aplicando la legislación sobre prevención de riesgos laborales.

f) Se ha supervisado la composición y montaje de productos alimentarios, elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores, aplicando criterios estéticos y comerciales.

g) Se ha controlado la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en mostradores y expositores, diferenciándola de la iluminación ambiental de las zonas de tránsito.

Duración: 60 horas.

Contenidos básicos:

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

– Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Condiciones establecidas para la ubicación. Normativa vigente.

– Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta. Elementos internos y externos.

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

– Ubicación de equipamientos en el comercio alimentario. Desplazamiento. Carretillas, cestas y carros.

– Supervisión del estado y mantenimiento de cestas y carros. Normas de seguridad alimentaria y de prevención de riesgos en la distribución de la superficie de la tienda.

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.

– Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de los clientes.

– Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación. 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.
- Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto. Control de temperatura.
- Supervisión del aspecto visual y organoléptico de los productos frescos. Tratamientos de los productos en los mostradores: agua rociada, hielo y otros.
- Transporte de suministros a expositores. Tipos.

Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:

- Técnicas de Incentivación de ventas. Acciones promocionales: Necesidades comerciales y presupuesto.
- Valoración del resultado de las acciones promocionales. Objetivos comerciales.
- Presentación de ofertas de productos alimentarios. Vales descuento. Normativa de protección del consumidor.
- Presentación de catas de nuevos productos y marcas.
- 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.
- Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación.
- 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.
- Composición y montaje de elementos ornamentales y carteles en escaparates y expositores. Criterios estéticos y comerciales.
- Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.

Código: 1609.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la realización de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias.
- b) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.
- c) Se han establecido protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.
- d) Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.

e) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).

f) Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.

g) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).

h) Se ha valorado la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.

b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.

c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias cursando estas hacia el departamento u organismo competente.

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se han buscado y seleccionado los proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.

b) Se ha establecido el seguimiento automático y la actualización de bases de datos de proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores.

c) Se han establecido los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.

d) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.

e) Se han negociado ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad.

f) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa.

g) Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.

b) Se ha valorado los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.

c) Se han valorado las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.

d) Se han evaluado los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.

e) Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.

f) Se han valorado la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial.

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

Duración: 60 horas.

Contenidos básicos:

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.

– 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.

– 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. Cumplimentación de documentación y tramitación.

– 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. 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. Valoración del servicio.
- 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.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

- Desarrollo de las actividades de organización de un departamento de ventas que potencie el trabajo en equipo.

- Realización de acciones de asesoramiento y venta al cliente acerca de productos alimentarios demandados.
- Realizaciones de acciones de recepción, gestión y tramitación de quejas y sugerencias de clientes, devolución de productos.
- Planificación, gestión y seguimiento de la relación comercial con proveedores de productos alimentarios.
- Valoración y propuestas de mejora de las anteriores actuaciones.

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

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los procedimientos de manipulación de alimentos en las actividades que se realizan en el establecimiento comercial aplicando las normas higiénico-sanitarias en condiciones que garanticen su salubridad.

b) Se han establecido las medidas preventivas que garanticen la inocuidad de los alimentos a través de controles higiénico-sanitarios.

c) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos y en su caso modificado las conductas inadecuadas.

d) Se han supervisado los procedimientos de actuación frente a alertas alimentarias actuando según la reglamentación establecida y siguiendo el protocolo definido en el establecimiento comercial.

e) Se han supervisado los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario identificando el punto crítico o lote donde se produce la alteración.

f) Se han valorado las aportaciones del personal del establecimiento comercial, aplicando las propuestas de mejora relativas a las condiciones higiénico-sanitarias.

g) Se ha establecido el protocolo de recogida de muestras testigo que incluya el método de identificación y características de la muestra, recipientes adecuados y tiempo de conservación en cámaras frigoríficas.

4. Gestiona el tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva reconociendo sus implicaciones a nivel sanitario y ambiental.

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido el plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial, atendiendo a su clase, clasificación y transporte entre otros.

b) Se ha garantizado que el tratamiento de los subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) cumple los requisitos normativos en todas las fases de manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.

c) Se han clasificado en contenedores los distintos tipos de residuos generados diferenciándolos según su origen, tipo, estado y necesidad de reciclaje, depuración o tratamiento.

d) Se ha controlado la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.

e) Se ha supervisado la recogida de los productos caducados, y los que no se usen finalmente para el consumo humano (congelados fuera de la cadena, pasados de fecha de consumo preferente, deteriorados, etc.) a fin de su tratamiento de gestión de residuos o SANDACH.

f) Se ha supervisado la aplicación de las técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos.

g) Se han controlado las no-conformidades y las acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.

h) Se ha supervisado la señalización y maniobra de las zonas donde se ubican los contenedores así como su diferenciación, según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas del y sección de venta pertinente.

c) Se ha determinado el estado de los productos frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura, color, tamaño, aspecto visual y madurez, entre otros.

d) Se ha determinado y comprobado el estado de los productos sostenibles, de comercio justo y de gourmet, garantizado que se mantienen sus condiciones organolépticas.

e) Se ha valorado el estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades (diabetes, hipertensión e hipercolesterolemia, entre otros) alergias alimentarias e intolerancias (celiacas, a la lactosa y al huevo, entre otras), determinando que se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia la normativa vigente de salubridad.

f) Se ha determinado el estado de los productos no perecederos atendiendo al estado del envasado, y fechas óptimas de consumo.

g) Se ha determinado y comprobado el estado de las bebidas y licores, atendiendo a su color, aroma, cuerpo, aspecto visual, añada y temperatura, entre otros.

h) Se ha evaluado el sistema de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de la satisfacción del cliente y los criterios comerciales.

Duración: 70 horas.

Contenidos básicos:

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.

- 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 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.

- 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.

- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.

- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APCC.

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.

- 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.

- 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.

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, 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.
- 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 pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

profesionales de Preparación y acondicionamiento de productos frescos y Logística de productos alimentarios de este ciclo formativo.

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

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

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

Código: 1611.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha comprobado el estado de los pescados frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura y color, entre otros.

b) Se ha supervisado y realizado la limpieza, desescamado, pelado, fileteado y troceado del pescado, y en su caso, descabezado, eviscerado o desespinado, atendiendo a su especie y destino culinario.

c) Se han supervisado y obtenido porciones de pescado requeridas en tamaño, forma y calidad para el consumo, ejecutando las técnicas de corte en función del tipo de pescado y destino culinario.

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

e) Se ha preparado el marisco según tamaño, forma y calidad, en función del tipo de marisco y destino culinario.

f) Se ha supervisado el envasado del producto, en función de sus características y requerimientos del cliente.

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

h) Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en las operaciones de preparación y acondicionamiento del pescado y marisco.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha comprobado el estado de frutas y verduras atendiendo a criterios de tamaño, madurez y aspecto visual.

b) Se ha supervisado la disposición de frutas y verduras en mostradores, expositores y bandejas, según su estacionalidad, calidad y calibre, entre otros.

c) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de frutas y verduras.

d) Se ha supervisado la presentación y el troceado frutas y verduras, en tamaño, forma y calidad, en función del tipo de producto y requerimientos del cliente.

e) Se han supervisado la exposición de piezas de frutas y verduras de forma que garantice sus propiedades y conservación.

f) Se han envasado las frutas y verduras, en función de sus características y requerimientos del cliente.

g) Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación y acondicionamiento de frutas y verduras.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha supervisado la presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet en función de las características del producto.

b) Se ha supervisado el corte del jamón de calidad de forma manual aplicando las técnicas adecuadas.

c) Se ha supervisado el corte o troceado del queso de calidad en función del tipo de queso y la técnica de corte apropiada a sus características.

d) Se ha supervisado la preparación de tablas de quesos, jamón y embutidos, en función de sus denominaciones, tipo de leche, y degustación (aroma, sabor, picor, entre otros).

e) Se ha asesorado sobre las características de vinos de calidad en función de su origen, añada, variedades de uva y maridaje, entre otros.

f) Se ha asesorado sobre las características de quesos (fragilidad, densidad, dureza y cremosidad, entre otros), posibilidades de consumo y destino culinario.

g) Se ha asesorado sobre otros productos gourmet (caviar, ahumados, ventresca, salazones, algas, caldos, fumét, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.

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

Criterios de evaluación:

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

Duración: 85 horas.

Contenidos básicos:

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.
- 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.
- 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 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 pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido el procedimiento a utilizar en la revisión del pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.

b) Se ha verificado la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos comprobando la documentación y etiquetado de los mismos.

c) Se han comprobado el estado del embalaje y la temperatura de los productos en el transporte de mercancías, rechazando los productos con alteraciones por rotura de la cadena de frío.

d) Se ha valorado la calidad de los productos alimentarios recepcionados comprobando las condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.

e) Se han comprobado la caducidad de los productos alimentarios transportados por los medios de transporte externo utilizados.

f) Se ha establecido el procedimiento a seguir en la gestión de devolución de mercancías a empresas proveedoras.

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido la zonificación de almacenes en función de las características de los alimentos, bien sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.

b) Se ha establecido el protocolo de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas, equipamiento y utillajes, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

c) Se ha supervisado la utilización de la maquinaria de transporte interno utilizada en comercios alimentarios, relacionándolos con la mercancía a transportar y uso.

d) Se han relacionado los criterios de conservación de productos alimentarios y su prioridad en el consumo, con su ubicación en almacenes de comercios alimentarios.

e) Se han establecido los criterios de reubicación de productos para una adecuada organización del almacén relacionándolos con su reposición, con la incorporación de nuevos productos y posibles incidencias.

f) Se han establecido las señalizaciones de un almacén atendiendo a su finalidad y seguridad.

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha supervisado la operación y maniobra de los equipos empleados para el embalaje y paletizado de productos alimenticios.

b) Se han especificado el procedimiento de los envíos a domicilio, la venta *online*, u otras asociadas a la expedición de productos.

c) Se han determinado las condiciones de embalaje de la mercancía distribuida a domicilio –local y nacional-, atendiendo a las técnicas y materiales de embalaje a utilizar, y su repercusión en la calidad y seguridad alimentaria.

d) Se han determinado las características y requerimientos de la documentación asociada a la expedición de mercaderías.

e) Se han establecido las condiciones que deben cumplir los medios de transporte propios para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de los productos a expedir.

f) Se ha supervisado el seguimiento de la expedición de alimentos mediante el uso de aplicaciones *online* y telefónicas.

g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución de un producto expedido.

h) Se han cumplido las medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales en las actividades de embalaje y desembalaje de productos alimentarios.

4. Gestiona un almacén de productos alimentarios, calculando las necesidades de suministros, previsión de ventas y atendiendo los requisitos de las secciones del comercio alimentario.

Criterios de evaluación:

a) Se ha elaborado y actualizado el inventario de un almacén de comercio alimentario aplicando la normativa vigente, para saber las necesidades de gasto y de provisión

b) Se ha mantenido el registro del inventario del almacén utilizando aplicaciones informáticas específicas.

c) Se han calculado diferentes tipos de stock, como de seguridad, pérdida desconocida y merma, entre otros, en función de la demanda, la rotación del producto, la estacionalidad y la capacidad del almacén.

d) Se han valorado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de compras previstas y reales.

e) Se han calculado el ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.

f) Se han valorado las existencias del almacén según los métodos vigentes establecidos en la normativa.

g) Se han programado los suministros de los productos alimentarios atendiendo a los periodos de mayor y menor demanda comercial, la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial de la zona.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido las tareas y funciones que realiza el personal en un almacén de productos alimentarios.

b) Se han elaborado cronogramas de las operaciones habituales del almacén.

c) Se han valorado las necesidades de formación del personal del almacén.

d) Se han previsto medidas ante las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén de productos alimentarios.

e) Se han establecido las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de mercancías dentro de un almacén de mercancías alimentarias.

f) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimentarios.

g) Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.

Duración: 100 horas.

Contenidos básicos:

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

- Procedimiento de revisión de pedidos. Cantidad, plazo de entrega, calidad y precio
- Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios.
- Comprobación de la documentación y etiquetado. 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.
- 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.
- Supervisión de los medios de transporte utilizados y expedición de productos alimentarios.
- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos.
- 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.
- Calculo del 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:

- Organización de tareas y funciones del personal de almacén.
- Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén.
- Valoración de necesidades de formación del personal de almacén.
- Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes. Manipulación de mercancías. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén.

– Gestión de residuos y SANDACH en almacén. Normativa de seguridad e higiene en el almacén.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.

Código: 1613.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han definido la estructura básica del comercio alimentario *online* y sus elementos, relacionándolos con la actividad comercial a la que se destinan.

b) Se ha integrado el comercio alimentario *online* en un comercio físico ya existente.

c) Se ha inscrito la tienda *online* en el registro correspondiente y en su caso en el habilitado para la creación de empresas de estudiantes, a fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y abrir cuentas bancarias.

d) Se ha creado una web de comercio alimentario, adaptándola al público al que va dirigido y a los sistemas de acceso virtual.

e) Se han alojado los archivos componentes del sitio web en servidores propios o ajenos, según criterios de operatividad.

f) Se ha seleccionado plataformas de código abierto, plantillas y diseños acordes con el negocio alimentario de la tienda *online*.

g) Se han instalado dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales, entre otros, en función de la atención a preguntas frecuentes, problemas del cliente, instrucciones de uso en pagos, sugerencias y quejas.

h) Se han aplicado las características requeridas en los diseños responsables, amigables y usables de tiendas *online*, teniendo en cuenta la condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.

i) Se han definido las medidas requeridas para las transacciones seguras, aplicando la legislación vigente en materia de protección del consumidor.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han recepcionado los pedidos *online* atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.

b) Se ha elaborado el presupuesto de pedidos de alimentos, atendiendo *online* la petición del cliente, el tipo de producto y el precio u oferta.

c) Se ha comunicado el presupuesto y las condiciones de entrega del producto, verificando que cumple lo demandado por el cliente, y en su caso subsanado deficiencias.

d) Se ha cobrado *online* el pedido de alimentos mediante el medio de pago indicado en la página web, empleando los canales que garanticen la seguridad de la operación.

e) Se ha ordenado la distribución y seguimiento del envío y entrega del pedido al cliente en los plazos y lugar acordado, empleando los medios de distribución adecuados a la operación.

f) Se ha diseñado una estrategia de reembolsos, atendiendo a devoluciones del cliente o errores en la entrega.

g) Se ha efectuado el seguimiento bancario de la venta *online*, comprobando que los ingresos por las ventas y devoluciones de los pedidos enviados se han realizado, y en su caso subsanado deficiencias.

h) Se ha comprobado que las ventas realizadas a través de intermediarios se han cobrado de acuerdo a las condiciones pactadas.

4. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo *online*, actualizando la información de la página web y atendiendo al cliente de forma inmediata.

Criterios de evaluación:

a) Se han actualizado los ficheros que componen las páginas web, valorando nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente, entre otros y utilizando programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.

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

c) Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.

d) Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.

e) Se han mejorado los enlaces, estructura y búsquedas de la página web capaces de generar tráfico orientado a la oferta, facilitando la navegación por la tienda *online*.

f) Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.

g) Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.

h) Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.

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

Criterios de evaluación:

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

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

c) Se ha relacionado los ratios principales de análisis del retorno de inversiones en publicidad *online* con el resultado de las ventas del comercio electrónico alimentaria.

d) Se ha valorado la satisfacción de las personas compradoras *online*, calculando la tasa de fidelización.

e) Se ha evaluado la trazabilidad de la distribución de los productos al cliente, modificando la planificación de las rutas de reparto, el tiempo acordado, los recursos humanos, estado de entrega del producto, entre otros.

f) Se han valorado los medios de pago utilizados, atendiendo a las características de la tienda *online* de alimentación y los gastos bancarios generados.

g) Se ha valorado la rentabilidad económica de la tienda *online*, comparando el volumen de negocio generado con los gastos de distribución, personal y publicidad, entre otros.

Duración: 90 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios:

– Planes de marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control, seguimiento.

– Selección de agentes. Canales de distribución *online*. Características y operatividad.

– Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas o de geolocalización y comparadores de precios.

– Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica.

Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.

– Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. Segmentación del mercado.

– 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.

– 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. 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.

– Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío.

– Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega.

– Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.

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 pedagógicas:

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.

Código: 1614.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.
- b) Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.
- c) Se ha realizado la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página.
- d) Se han tratado los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.

- e) Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.
- f) Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación *online*.
- g) Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros.
- b) Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
- c) Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.

d) Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticos, haciendo amigable y atractiva su presentación.

e) Se han extraído los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.

f) Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.

g) Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones *online* o físicas.

b) Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.

c) Se ha gestionado la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.

d) Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.

e) Se ha registrado y archivado la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.

f) Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.

g) Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.

h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.

Duración: 70 horas.

Contenidos básicos:

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.

– 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.

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 pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Gestión de un comercio alimentario.

Código: 1615.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.

b) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos.

c) Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la distribuido los pedidos, preparación y envío, en función de los clientes y acuerdos establecidos.

d) Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos *online* o presenciales.

e) Se ha supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente.

f) Se han clasificado los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros.

g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por los clientes de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha planificado el calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario.

b) Se han realizado las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.

c) Se han calculado los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones.

d) Se han calculado los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.

e) Se han calculado los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.

f) Se ha comprobado diariamente que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria.

g) Se ha supervisado la organización de los documentos físicos y digitales, utilizados en la compraventa de mercancías del comercio alimentario en función del proceso a seguir en su gestión y los requisitos formales que deben cumplir.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha analizado la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.

b) Se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.

c) Se ha planificado el control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado.

d) Se han calculado las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio y mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorado si las desviaciones son positivas o negativas.

e) Se han analizado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre el volumen de ventas previsto y el real, atendiendo a causas internas, externas o aleatorias y en su caso establecido las medidas correctoras necesarias.

f) Se ha reinvertido el beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto.

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

Duración: 75 horas.

Contenidos básicos:

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

– 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.

– Determinación de fases y procedimientos en la distribución y envío de pedidos. Preparación y envío. Clientes y acuerdos establecidos.

– Registro informático de documentación de recepción de pedidos.

– Supervisión de la documentación de pedidos: Albarán y carta de portes.

– 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:

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

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

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

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

– Supervisión de la elaboración y presentación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación. Obligaciones laborales asociada al comercio alimentario. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.

– Elaboración de libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario. Actualización de datos en tiempo y forma: Normativa.

Planificación de la tesorería del comercio alimentario:

– Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario. Compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.

– Realización de previsiones de tesorería. Cuenta de gastos e ingresos. Contingencias de la actividad comercial alimentaria.

– Calculo de costes financieros. Riesgos de cobro en el comercio alimentario. Tipos de interés bancarios y amortizaciones.

– Negociación de efectos comerciales.

– Calculo de costes anuales de personal y seguridad social. Convenio sectorial del sector alimentario y tasas de cotización.

– Calculo de gastos generales de suministro energético, seguros y equipamiento. Costes.

– Comprobación de ingresos de ventas. Relación ventas-ingresos. Medios de pago Metálico y tarjetas bancarias Datáfono, móvil, sitios web tipo «PayPal», y otros.

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

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

– Análisis de rentabilidad de las ventas de productos alimentarios. Precios de venta y margen de beneficio.

– Comportamiento de ingresos y gastos.

– Planificación del control presupuestario. Problemas potenciales: identificación y gestión.

– Cálculo de desviaciones presupuestarias: ingresos, gastos, precio y mano de obra. Análisis. Resultados presupuestados y reales. Causas internas, externas o aleatorias. Medidas correctoras.

– Análisis de desviaciones detectadas en el volumen de ventas. Medidas correctoras.

– Reinversión del beneficio. Mejoras: ampliación de gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico.

– Establecimiento de métodos de control de precios de venta. Medidas correctoras.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Inglés.

Código: 0156.

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, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articulado con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

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 y fax, entre otros.

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 del mismo.

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 ha de 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.

Duración: 90 horas.

Contenidos básicos:

Análisis de mensajes orales:

– Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:

- Mensajes directos, telefónicos y 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 y burofax, entre otros.
- Terminología específica del área profesional.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto. Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.

- 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, entre otros.
  - 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 pedagógicas.

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

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

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

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

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

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

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Código: 1616.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.

d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.

e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.

g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.

b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre el empresariado y su personal.

c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.

d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.

f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

g) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran.

h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de Técnico en comercialización de productos alimentarios.

j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

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.

b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.

c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.

d) Se han identificado las obligaciones inherentes a la relación laboral dentro del sistema de Seguridad Social.

e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización del personal, sus cuotas correspondientes, así como las cuotas empresariales.

f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.

g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.

h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.

b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.

c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.

d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.

f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

c) Se han determinado las formas de representación del personal de la empresa en materia de prevención de riesgos.

d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.

f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.

b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.

c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.

d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.

e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.

f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Duración: 50 horas.

Contenidos básicos:

Búsqueda activa de empleo:

– Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

– Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

– Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico en comercialización de productos alimentarios.

– Definición y análisis del sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.

– Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.

- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto. Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Equipos en negocios alimentarios.
- La participación en el equipo de trabajo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.

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

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones del empresariado y su personal en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- Situaciones protegibles por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

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

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.

Orientaciones pedagógicas.

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

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

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

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

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.  
Código: 1617.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
  - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
  - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
  - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
  - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
  - Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.

– Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.

– Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.

b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.

e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

h) Se ha coordinado con el resto del equipo comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha participado en la elaboración de acciones del plan de marketing de la empresa alimentaria aportando propuestas de mejora.

b) Se ha participado en la planificación, supervisión y valoración de promociones internas y proveedores.

c) Se ha participado en la supervisión de la ubicación de los elementos atractivos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.

d) Se ha participado en la supervisión y control de la disposición de los productos alimentarios, siguiendo pautas de promoción, trazabilidad ubicación y reposición que la empresa haya determinado.

e) Se ha realizado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.

f) Se ha participado en la supervisión de la ubicación de los equipamientos del establecimiento facilitando los desplazamientos de personas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.

g) Se ha participado en la supervisión de la exposición de alimentos perecederos y no perecederos en mostradores y vitrinas.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha participado en la atención comercial e información a clientes y proveedores, respondiendo a las contingencias.

b) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).

c) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido)

d) Se han atendido y tramitado reclamaciones y sugerencias utilizando el canal y el protocolo adecuado a cada situación respetando la normativa básica vigente en materia de consumo.

e) Se han participado en la gestión de pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.

f) Se ha propuesto mejoras relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.

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

h) Se ha participado en la venta *online* de productos alimentarios.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha participado en el control y valoración de la aplicación de los procedimientos de manipulación de alimentos establecidos en la empresa.

b) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos.

c) Se ha colaborado en la supervisión de la obtención, preparación y envasado de productos frescos en función de sus características, destino culinario y requerimientos del cliente.

d) Se ha verificado la trazabilidad y el estado de los productos alimentarios, comprobando que el etiquetado se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia de la normativa vigente de salubridad.

e) Se ha participado en la supervisión de los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario.

f) Se ha participado en la planificación de los tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD), así como de los controles que previenen los peligros potenciales físicos, químicos y biológicos.

g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario, verificando que las medidas correctivas propuestas subsanan las incidencias detectadas.

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

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha colaborado en la recepción del pedido, verificando la documentación asociada y el estado de la mercancía recibida, en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad, precio, control de temperatura, embalajes y envases.

b) Se ha participado en la supervisión de la adecuada zonificación del almacén, en función de que los productos alimentarios sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.

c) Se ha aplicado el procedimiento de devolución de mercancías a proveedores, según protocolo de la empresa.

d) Se ha valorado la señalización del almacén de la empresa atendiendo a su finalidad y seguridad.

e) Se ha colaborado en la supervisión del procedimiento de envíos a domicilio, verificando las condiciones que deben cumplir los medios de transporte.

f) Se ha contribuido a la comprobación de la documentación utilizada en caso de devolución por el cliente de un producto expedido.

g) Se ha supervisado el registro informático asociado a la documentación de la recepción, almacenamiento y distribución de mercancías.

h) Se ha colaborado en la actualización de inventarios.

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

- a) Se ha colaborado en la emisión y tramitación de facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios.
- b) Se ha participado en la supervisión de las modificaciones de precios, cualidades de los productos, tiques y facturas configuradas en el terminal punto de venta.
- c) Se ha participado en la elaboración de la documentación informatizada de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, aplicando los protocolos establecidos en la empresa.
- d) Se ha colaborado en la planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.
- e) Se han realizado tareas diarias de comprobación de las ventas efectuadas y sus correspondientes cobros, verificando el arqueo de caja.
- f) Se han elaborado y presentado documentos comerciales de gestión del comercio alimentario, tales como facturas y emails, aplicando hojas de cálculo y diseños atractivos.
- g) Se ha llevado a cabo la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.

Duración: 220 horas.

Orientaciones pedagógicas.

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

## ANEXO II

### 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.

## ANEXO III A)

### **Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico en comercialización de productos alimentarios**

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios.	• Organización y Gestión Comercial.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1607. Mercadotecnia del comercio alimentario.	• Organización y Gestión Comercial.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.
1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.	• Procesos comerciales.	• Profesores técnicos de Formación Profesional.
1609. Atención comercial en negocios alimentarios.	• Organización y Gestión Comercial.	• Catedráticos de Enseñanza Secundaria. • Profesores de Enseñanza Secundaria.

**BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO**  
**LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina y Pastelería.</li> <li>• Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios.</li> <li>• Profesor especialista.</li> </ul>	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocina y Pastelería.</li> <li>• Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios.</li> <li>• Profesor especialista</li> </ul>	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1612. Logística de productos alimentarios.	• Procesos Comerciales.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios.	• Procesos Comerciales.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario.	• Procesos Comerciales.	• Profesores Técnicos de Formación Profesional.
1615. Gestión de un comercio alimentario.	• Organización y Gestión Comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
1616. Formación y orientación laboral.	• Formación y Orientación Laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0156. Inglés	• Inglés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>

**ANEXO III B)**

**Titulaciones habilitantes a efectos de docencia**

Cuerpo	Especialidad	Titulaciones
Profesores de Enseñanza Secundaria.	• Formación y Orientación Laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diplomado en Ciencias Empresariales.</li> <li>- Diplomado en Relaciones Laborales.</li> <li>- Diplomado en Trabajo Social.</li> <li>- Diplomado en Educación Social.</li> <li>- Diplomado en Gestión y Administración Pública.</li> </ul>
	• Organización y Gestión Comercial.	- Diplomado en Ciencias Empresariales.
Profesores Técnicos de Formación Profesional.	• Cocina y Pastelería.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnico Superior en dirección de Cocina.</li> <li>- Técnico Superior en Restauración.</li> <li>- Técnico Especialista en Hostelería.</li> </ul>

**ANEXO III C)**

**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, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.

**ANEXO III D)**

**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, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico u otros títulos equivalentes.
1610. 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 IV**

**Convalidaciones**

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.

**BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO**  
**LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**

<b>Formación aportada</b>	<b>Formación a convalidar</b>
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.

<b>Formación aportada</b>	<b>Formación a convalidar</b>
<b>Módulos profesionales (Ciclo formativo al que pertenecen)</b>	<b>Módulos profesionales a convalidar</b>
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).

**BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO**  
**LEGISLACIÓN CONSOLIDADA**

<b>Formación aportada</b>	<b>Formación a convalidar</b>
<b>Módulos profesionales</b>	<b>Módulos profesionales a convalidar (Ciclo formativo al que pertenecen)</b>
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 V A)**

**Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación**

<b>Unidades de competencia acreditadas</b>	<b>Módulos profesionales convalidables</b>
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.

**ANEXO V B)**

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

<b>Módulos profesionales superados</b>	<b>Unidades de competencia acreditables</b>
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.

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.