

DISPOSICIONES GENERALES

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

3859

CORRECCIÓN DE ERRORES del Decreto 154/2021, de 22 de junio, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnica o Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

El artículo 18.2.a) del Decreto 217/2008, de 23 de diciembre, del Boletín Oficial del País Vasco, establece que los meros errores de composición que se produzcan en la publicación, siempre que alteren o modifiquen su contenido o pueda suscitar dudas al respecto, se rectificarán de oficio por la Dirección de la Secretaría del Gobierno y de Relaciones con el Parlamento, o a instancia del órgano o entidad interesado.

Advertidos errores de dicha índole en el texto del Decreto 154/2021, de 22 de junio, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnica o Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios, publicado en el Boletín Oficial del País Vasco n.º 126, de 28 de junio de 2021, se procede a su corrección publicándose los anexos I, II, III, IV, V y VI que han sido omitidos:

miércoles 7 de julio de 2021

ANEXO I AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

RELACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONALES,
ASIGNACIÓN HORARIA Y CURSO DE IMPARTICIÓN

| Código | Módulo Profesional | Asignación horaria | Curso |
|--------|---|--------------------|-------|
| 1606 | Constitución de pequeños negocios alimentarios. | 132 | 1.º |
| 1607 | Mercadotecnia del comercio alimentario. | 132 | 1.º |
| 1608 | Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación. | 105 | 2.º |
| 1609 | Atención comercial en negocios alimentarios. | 126 | 2.º |
| 1610 | Seguridad y calidad alimentaria en el comercio. | 84 | 2.º |
| 1611 | Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados. | 210 | 2.º |
| 1612 | Logística de productos alimentarios. | 165 | 1.º |
| 1613 | Comercio electrónico en negocios alimentarios. | 132 | 1.º |
| 1614 | Ofimática aplicada al comercio alimentario. | 132 | 1.º |
| 1615 | Gestión de un comercio alimentario. | 165 | 1.º |
| 0156 | Inglés. | 132 | 1.º |
| 1616 | Formación y orientación laboral. | 105 | 2.º |
| 1617 | Formación en centros de trabajo. | 380 | 2.º |
| Total | | 2.000 | |

ANEXO II AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

MÓDULOS PROFESIONALES: RESULTADOS DE APRENDIZAJE,
CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS

Módulo Profesional 1: Constitución de pequeños negocios alimentarios

Código: 1606

Curso: 1.º

Duración: 132 horas

A) 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, considerando la importancia de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres como parte de la cultura empresarial.
- e) Se han elaborado el análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) 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 han 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 de 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 o las propietarias 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.

B) Contenidos:

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

- Selección del modelo de empresa de comercialización alimentaria y su organización estructural.
- Análisis de la idea de negocio para el establecimiento de una empresa de comercialización alimentaria.
- Identificación de los pasos necesarios y planificación de las acciones a realizar.
- Valoración de las propias aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- Realización del análisis DAFO.
- Elaboración de la estrategia empresarial.
- Evaluación de la información del entorno sobre datos sectoriales, empresas proveedoras, productos, precios, condiciones de venta y prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- Análisis del concepto de cultura empresarial e imagen corporativa de la idea de negocio alimentario en relación con los objetivos empresariales.
- Utilización de medios informáticos.
- Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas.
- Iniciativas empresariales lideradas por mujeres del ámbito del comercio alimentario.
- Organización estructural.
- El análisis DAFO.
- Emprendimiento: factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo.
- Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- El entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Cultura empresarial del comercio alimentario.
- Objetivos empresariales.
- Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
- Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos.
- Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo.
- Regularidad en la asistencia.

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

- Determinación de la posible ubicación física y/o virtual de la idea de comercio alimentario.
- Identificación de las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros).
- Elaboración de un cuadro-resumen de los gastos e ingresos previstos con proyecciones plurianuales, para calcular la viabilidad a largo plazo.
- Valoración de las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles.
- Elaboración del plan de inversiones.
- Evaluación de las inversiones y viabilidad del proyecto.
- Utilización de medios informáticos.
- Análisis de la ubicación física del comercio alimentario.
- Información del entorno: precios de la ubicación del comercio.
- Ubicación virtual del comercio alimentario: segmentos de población, nichos de oportunidad.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- Costes y necesidades de equipamiento. Objetivos a corto y medio plazo.
- Alquiler o compra.
- Planes de sostenibilidad: gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y su mantenimiento. Previsiones.
- Costes de innovación y calidad del negocio alimentario.
- Necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y medio plazo.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
- Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos.
- Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo.
- Regularidad en la asistencia.

3.– Realización de planes financieros de comercio alimentario.

- Determinación de las posibles fuentes de financiación externa.
- Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación.
- Valoración de la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados.

- Valoración de posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.
 - Valoración de las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados.
 - Valoración del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.
 - Elaboración de un plan de financiación.
 - Utilización de medios informáticos.
 - Elaboración de informes de gastos de explotación.
 - Elaboración de balances.
 - Fuentes de financiación interna, la autofinanciación. Fuentes de financiación externas, subvenciones, ayudas, desgravaciones.
 - Financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones.
 - Ayudas, públicas y privadas, a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo.
 - Medios de negociación del pago de impuestos.
 - Impuestos: locales y estatales.
 - Liquidez en el pago.
 - Sistemas de análisis económico-financiero, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional.
 - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
 - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos.
 - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional.
 - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo.
 - Regularidad en la asistencia.
- 4.– Realización de la viabilidad económica y social de una pequeña empresa de comercio alimentario.
- Cálculo de ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez.
 - Valoración de la viabilidad económica y social corporativa de un comercio alimentario.
 - Aplicación de criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
 - Análisis de las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.

- Evaluación de la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo y la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo a su perfil profesional.
- Utilización de medios informáticos.
- 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.
- Empresas sostenibles, economía del bien común, responsabilidad social corporativa.
- Técnicas para la gestión interna del negocio:
 - 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.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
- Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos.
- Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo.
- Regularidad en la asistencia.

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

- Establecimiento de la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios.
- Determinación del grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa.
- Diferenciación del tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- Determinación de los trámites administrativos y jurídicos, autorizaciones, licencias, etc., requeridos para la puesta en marcha de un comercio alimentario.
- Valoración de los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha.
- Apertura de libros y registros contables.
- Elaboración de la documentación requerida para la constitución y puesta en marcha de la actividad.
- Utilización de medios informáticos.
- Forma jurídica de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal.

- Responsabilidad empresarial.
- Trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación.
- Inscripciones en los diferentes registros (mercantil, Diputaciones y Hacienda, Seguridad Social, etc.).
- Gastos de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación, gastos municipales, otros.
- Medios de formalización de la documentación de inicio de la actividad comercial.
- Ayudas y subvenciones.
- Carnés profesionales, manipulación de alimentos, etc.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
- Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos.
- Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo.
- Regularidad en la asistencia.

Módulo Profesional 2: Mercadotecnia del comercio alimentario

Código: 1607

Curso: 1.º

Duración: 132 horas

A) 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 del 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 competencia, entre otros.

f) Se han establecido o determinado las formas en que deben actuar los o las comerciales, la inversión en publicidad, y la prospección de distribuidores o distribuidoras 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 ha 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 de 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 de la clientela tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.

g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de la clientela, 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 a la clientela, 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 empresas 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 y márgenes 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 de la clientela.

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 de la clientela 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 de la clientela.

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.

B) Contenidos:

1.– Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria.

– Descripción de los diferentes tipos de marketing, analizando sus características diferenciadoras.

– Realización de las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing.

– Obtención de información sobre comercios al por menor, como ofertas y promociones, horarios y otros aspectos relevantes, utilizando técnicas de observación directa.

– Establecimiento de los principales productos asociados a la idea de negocio, análisis del potencial de ventas, modo de actuar de los comerciales e inversión en publicidad.

– Análisis de datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.

– Selección de las empresas proveedoras, canales de distribución, prospección de distribuidores y condiciones de venta de proveedores.

– Determinación del precio provisional para cada producto teniendo en cuenta los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario.

– Evaluación de estrategias de comunicación.

– Establecimiento de las etapas o fases del proceso de elaboración del Plan de Marketing y elaboración del plan.

– Utilización de medios informáticos.

– Concepto y contenido del marketing.

– Funciones del marketing en la empresa y en la economía.

– Instrumentos y políticas del marketing mix.

– Concepto de mercado, elementos que lo integran y su funcionamiento.

- 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 y estudio del comportamiento del consumidor.
- Comerciales: actuación.
- Estrategias de comunicación: tipos, características e inversión en publicidad.
- Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.
- Empresas proveedoras: condiciones de venta y técnicas de selección.
- Cálculo de precios: precio provisional y factores que influyen en el precio de venta.
- Planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.
- Normativa medioambiental.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.
- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.
- Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del centro.
- Regularidad en la asistencia.

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

- Definición de los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.
- Determinación de las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.
- Determinación de las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes más habituales.
- Supervisión de las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo y su fidelización.
- Identificación de las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución.

- Programación de 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.
- Valoración de los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.
- Establecimiento de indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.
- Utilización de medios informáticos.
- Necesidad de información en la empresa.
- Fuentes de información interna y externa, primaria y secundaria.
- Objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales.
- Acciones de marketing mix de un comercio alimentario: finalidad.
- Necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas.
- 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.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.
- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.
- Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del centro.
- Regularidad en la asistencia.

3.– Determinación de precios de venta de productos alimentarios.

- Identificación de los factores que influyen en el precio de venta de un producto.
- Cálculo de los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.
- Determinación del contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
- Cálculo del escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta, aplicando un determinado margen comercial.
- Análisis de los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.
- Modificación de los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.

- Determinación del efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto.
- Comparación del precio del producto o servicio que se comercializa con los de la competencia, analizando las causas de las diferencias.
- Análisis de los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a la clientela, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.
- Definición de estrategias en política de precios, teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de la clientela.
- Utilización de medios informáticos.
- Factores que influyen en el precio de venta de un producto.
- Métodos de fijación de precios a partir del coste.
- Métodos de fijación de precios basados en la competencia.
- Métodos de fijación de precios basados en la demanda de mercado.
- Costes de comercialización alimentaria, ingresos y beneficios.
- Pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
- Efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas.
- 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.
- Estrategias y políticas de precios, teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia y los motivos de compra.
- Formas y medios de pago. Descuentos según tipos de productos. Elaboración de planes de pagos.
- Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.
- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.
- Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del centro.
- Regularidad en la asistencia.

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

- Planificación de la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.
- Selección de los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.
- Selección del canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos y empresas intermediarias.
- Valoración de distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, tanto para la tienda física como para la distribución online.
- Cálculo del coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.
- Análisis y cumplimentación de los distintos tipos de contratos de intermediación comercial.
- Elaboración de informes sobre distribución comercial, a partir del análisis de los costes, tiempos, intermediarios disponibles y estrategias viables.
- Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución, en función de la satisfacción de la clientela.
- Utilización de medios informáticos.
- La distribución comercial como instrumento de marketing.
- Canales de distribución: concepto, estructura y tipos.
- Intermediarios comerciales: funciones y tipos de intermediarios.
- Distribución de productos del comercio alimentario: venta tradicional, online y autoservicio.
- Canales de distribución de productos alimentarios: formas de intermediación comercial.
- Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución.
- Formas de intermediación comercial.
- Formas comerciales de distribución: comercio independiente, asociado e integrado.
- Coste de distribución.
- Estrategias de distribución. Relación del fabricante con la red de venta.
- Contratos de intermediación comercial.
- Eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción de la clientela.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.

- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.
- Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del centro.
- Regularidad en la asistencia.

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

- Determinación de los criterios económicos y estratégicos para valorar las acciones de comunicación de empresa.
- Establecimiento de los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.
- Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.
- Medición de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal aplicando herramientas electrónicas e informáticas.
- Valoración de la satisfacción de la clientela y gestión de incidencias.
- Valoración del plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación de la clientela.
- Valoración del grado de eficacia de una acción promocional analizando resultados.
- Establecimiento de nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a los resultados obtenidos.
- Utilización de medios informáticos.
- Criterios de valoración de las acciones promocionales.
- Objetivos obtenidos y previstos de las acciones promocionales atendiendo a los indicadores.
- Índices y ratios económico-financieros.
- Eficacia de una acción de comunicación: indicadores.
- Ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing.
- Técnicas de análisis de resultados: medición de rentabilidad.
- Surtido y ratios de rentabilidad del producto.
- El análisis DAFO de referencias.
- Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.
- Imagen de empresa. Satisfacción de la clientela.
- Acciones promocionales: eficacia, fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.

- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.
- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.
- Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del centro.
- Regularidad en la asistencia.

Módulo Profesional 3: Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación

Código: 1608

Curso: 2.º

Duración: 105 horas

A) 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 o trabajadoras y clientela, 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 (en euskera y castellano).

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, en euskera y castellano, 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 la clientela.
- h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según la empresa proveedora 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 despiezado 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 la clientela.

Criterios de evaluación:

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

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 en euskera y castellano y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses de la clientela, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.

e) Se han presentado a la clientela 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 en euskera y castellano 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 de la clientela.

5.– Determina el montaje de elementos atractivos y publicitarios en vitrinas, expositores y zonas de venta de productos alimentarios, aplicando criterios estéticos y comerciales, que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, 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 videoclips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.

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

d) Se han creado mensajes visuales a transmitir a la clientela, consiguiendo la armonización entre forma, textura y color, superando los roles y estereotipos de género y estableciendo

referentes para unas y otros, 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 la clientela, trabajadores y trabajadoras, 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.

B) Contenidos:

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

- Identificación de todos los aspectos relacionados con la ubicación de mostradores, expositores y lineales.
- Análisis de las condiciones a tener en cuenta en la distribución de superficies comerciales en base a la normativa vigente.
- Determinación de la ubicación de los productos alimentarios en el comercio.
- Establecimiento de los elementos internos y externos de información y publicidad en el espacio de venta.
- Análisis de la ubicación de los equipamientos en el establecimiento atendiendo a las necesidades de cada sección.
- Supervisión de cestas y carros garantizando sus suministros y limpieza.
- Evaluación del estado de limpieza del establecimiento conforme a la normativa de aplicación.
- Requisitos para ubicar mostradores, expositores y lineales conforme a la legislación.
- Características de la distribución de superficies comerciales.
- Comportamiento de la clientela en el punto de venta.
- Estrategias para colocar los productos alimentarios en comercio.
- Merchandising.
- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta.
- Técnicas de distribución interna y externa del punto de venta.
- Concepto y funciones del lineal.
- Equipamiento necesario para la distribución en el punto de venta.

- Normas de seguridad alimentaria y de prevención de riesgos en la distribución de la superficie de la tienda.
- Normativa legal aplicable al diseño de espacios comerciales.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.
- Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengán impuestos por la empresa.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.

2.– Supervisión de la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta.

- Programación de la reposición de productos no perecederos atendiendo a todas sus características: estacionalidad y caducidad, rotación de productos, lineales, góndolas y expositores.
- Análisis de los criterios comerciales de diseño y decoración en la distribución de productos.
- Supervisión de la colocación y operatividad de elementos que animen a la venta de productos no perecederos.
- Aplicación y control en el acceso a los productos no perecederos del lineal.
- Determinación de la cartelería de ofertas en el punto de venta facilitando la venta de productos no perecederos.
- Análisis de todos los aspectos relacionados con el lineal.
- Análisis de los aspectos que garantizan la conservación de los productos y el confort de la clientela.
- Organización del seguimiento de los lotes por empresa proveedora con el propósito de garantizar el control de calidad y el rendimiento de las ventas.
- Condiciones para el tratamiento, conservación y manipulación de los alimentos no perecederos.
- Tipos de conservación de alimentos.
- Técnicas de implantación del lineal.
- Sistemas de identificación y visibilidad de marca y etiquetado.
- Técnicas de animación comercial en el punto de venta.
- Técnicas de diseño de cartelería comercial: informativa, de ofertas y promociones.
- Criterios de agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales.
- Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de la clientela.

- Técnicas de diseño del punto de venta de los productos no perecederos.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.
- Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengán impuestos por la empresa.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.

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

- Análisis de la colocación, sistemas de rotación y reposición de productos frescos.
- Identificación de los atributos de los productos frescos atendiendo a su despiezado y procedencia.
- Determinación del posicionamiento y operatividad de elementos que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.
- Organización de los productos perecederos por familias para facilitar su localización y adquisición.
- Organización del transporte a fin de garantizar el suministro eficaz de los productos.
- Análisis de la normativa higiénico-sanitaria aplicable a la conservación de los productos.
- Tipos de procesos de conservación de los alimentos.
- Familias de productos. Elementos de animación: móviles y visuales.
- Sistemas de colocación, rotación y reposición de productos frescos.
- Productos cárnicos. Criterios de colocación: despiezado, procedencia y categoría, entre otros.
- Criterios de colocación de otros productos frescos según procedencia y calidades (pescados, charcutería, frutas, productos de panadería y repostería...)
- 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.
- Tipos de transporte de suministros a expositores.
- Técnicas de despiece y cortes de productos frescos.
- Técnicas de merchandising para facilitar la organización y venta de productos perecederos.
- Packaging de productos perecederos.
- Normativa higiénico-sanitaria aplicable a los productos frescos.
- Mobiliario específico para productos perecederos.

- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.
- Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengán impuestos por la empresa.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.

4.– Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación.

- Planificación de acciones promocionales en el punto de venta para incrementar la atención y captación de clientela, valorando las necesidades comerciales y el presupuesto.
- Análisis del resultado de las acciones comerciales.
- Determinación de descuentos y ofertas para incrementar las ventas respetando la normativa vigente.
- Determinación de catas para dar a conocer los alimentos.
- Aplicación de distintas técnicas de ambientación del punto de venta para favorecer la afluencia de público.
- Programación de la difusión de música ambiental, considerando las ofertas de productos, los criterios de horario y afluencia.
- El proceso de comunicación comercial.
- La promoción de ventas.
- Técnicas de ambientación comercial e iluminación de sectores para la captación de clientela.
- Políticas de comunicación en el punto de venta.
- Políticas de promoción para productos en el punto de venta.
- Sistemas de presentación de catas de nuevos productos y marcas.
- Técnicas de organización de la superficie comercial.
- Técnicas de incentivación de ventas: acciones promocionales, necesidades comerciales y presupuesto.
- Los productos en el punto de venta: la animación comercial.
- Medidas de control de las acciones publicitarias y promocionales.
- Normativa de protección del consumidor o de la consumidora.
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.
- Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengán impuestos por la empresa.

- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.

- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.

5.– Determinación del montaje de elementos atractivos y publicitarios en espacios de venta de productos alimentarios.

- Identificación de zonas frías y calientes.

- Identificación de circulación en el punto de venta.

- Colocación de puntos de emisión de videoclips para animar la venta.

- Selección de carteles en función del elemento decorativo o informativo.

- Análisis de anuncios publicitarios desde la perspectiva de género.

- Elaboración de mensajes visuales a transmitir a la clientela utilizando los programas off-máticos adecuados.

- Supervisión de la elaboración de carteles, elementos informativos y decorativos y su ubicación.

- Supervisión de montaje de elementos decorativos.

- Aplicación de la legislación sobre Prevención de Riesgos Laborales.

- Determinación de elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores.

- Establecimiento de la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en las baldas.

- Técnicas de agrupación de alimentos: sectores, zonas frías y calientes, elementos de decoración, publicitarios y cartelera.

- Normativa básica para la igualdad de mujeres y hombres en el sector de la publicidad.

- Técnicas de diseño de mensajes visuales: animación a la venta. Emisión de videos, clips publicitarios y demostrativos.

- Elementos exteriores del punto de venta.

- Criterios estéticos y comerciales en la composición y montaje de elementos ornamentales, carteles en escaparates y expositores.

- El escaparate: técnicas y montajes del mismo.

- Escaparatismo y visual merchandising.

- La iluminación y sus tipos: ambiental y directa.

- Seguridad de la clientela, trabajadores y trabajadoras.

- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.

- Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengán impuestos por la empresa.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.

Módulo Profesional 4: Atención comercial en negocios alimentarios

Código: 1609

Curso: 2.º

Duración: 126 horas

A) 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 clientela 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 a la clientela 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 la clientela.
- g) Se han planificado y determinado las estrategias comerciales que contemplen los objetivos de una venta cruzada.
- h) Se han establecido los protocolos de atención a la clientela ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor o de la consumidora.
- i) Se ha mejorado la atención comercial, estableciendo sistemas de retroalimentación.

2.– Supervisa la transmisión de información comercial a la clientela, teniendo en cuenta la realidad sociolingüística, 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 de la clientela, y respondiendo a las contingencias.
- b) Se ha supervisado la atención telefónica con la clientela, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.
- c) Se han establecido protocolos de recepción de clientes o clientas, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.
- d) Se ha realizado la atención comercial a la clientela de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo y considerando la legislación sobre sus derechos lingüísticos.
- e) Se ha asesorado a la clientela 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 o las empleadas, del lugar o de los productos que se ofrecen.
- g) Se ha transmitido a la clientela confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).
- h) Se ha valorado la atención a la clientela 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 a la clientela 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 las empresas proveedoras, determinando características, productos y servicios que suministran.

Criterios de evaluación:

a) Se han buscado y seleccionado las empresas proveedoras, 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 empresas proveedoras, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con ellas.

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

d) Se han gestionado los pedidos a empresas proveedoras, 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 empresas proveedoras, valorando los que mejor se adecúen a las características de la empresa.

g) Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con empresas proveedoras, 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 la clientela, 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 de la clientela 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 ha 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 la clientela en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.

B) Contenidos:

1.– Determinación de líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios.

– Organización del departamento de ventas en un comercio alimentario en función de la imagen de marca, productos, el tipo de clientela y objetivos comerciales.

– Especificación del número y funciones del personal de atención comercial que se requiere según los objetivos del plan de ventas de una empresa.

– Determinación de las funciones asociadas a la atención a la clientela en comercios alimentarios y las responsabilidades.

– Definición de los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa.

– Implantación de las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados.

– Elaboración del argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles de productos alimentarios, adaptándolos al tipo y comportamiento de la clientela.

– Fijación de los protocolos de atención a la clientela ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor o consumidora.

– Aplicación de sistemas de mejora de la atención comercial, estableciendo sistemas de retroalimentación.

– Concepto y funciones de la empresa comercial alimentaria.

– Venta cruzada.

– Organización de los departamentos de las empresas alimentarias. Organigramas.

– Departamento de atención a la clientela.

– Imagen corporativa y atención a la clientela.

– Técnicas de planificación de las ventas: objetivos y acciones, plan de atención comercial, fases del proceso de venta.

– Programa de ventas y objetivos, contenidos y estructura del argumentario de ventas.

– Protocolo a seguir en la atención a la clientela.

– Mejora de la atención comercial.

– Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.

- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

2.– Supervisión de la transmisión de información comercial a la clientela.

- Supervisión de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características de la clientela y respondiendo a las contingencias.

- Supervisión de la atención telefónica con la clientela, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo y las técnicas de locución empleadas.

- Establecimiento de protocolos de recepción de la clientela, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.

- Realización de la atención comercial a la clientela de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.

- Análisis del derecho de las personas a recibir la información en euskera y castellano, sobre bienes y servicios en los términos previstos en la legislación vigente.

- Asesoramiento a la clientela acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).

- Valoración de la apariencia de los empleados o las empleadas, del lugar o de los productos que se ofrecen.

- Transmisión a la clientela de confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).

- Valoración de la atención a la clientela en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso, informando de la demora.

- Comunicación empresarial.

- Elementos, fases y barreras de la comunicación empresarial.

- Tipos de comunicación en la empresa.

- Importancia de la mirada, la expresión facial, los gestos, la apariencia y el lenguaje corporal en la comunicación oral.

- Aspectos a tener en cuenta en una comunicación oral: la empatía, la asertividad y la escucha activa.

- La comunicación telefónica: lenguaje, gestión, medios de atención telefónica, normas, reglas, códigos y sistemas telefónicos.

- La comunicación mediante las tecnologías de la información.

- Toma de conciencia de la importancia de la expresión y el lenguaje en la empresa.

- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Autonomía en la realización de las tareas.

3.– Atención de reclamaciones y sugerencias de la clientela en comercios alimentarios.

- Determinación del procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.
- Información a la clientela de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- Cumplimentación de los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias cursando estas hacia el departamento u organismo competente.
- Información a la persona reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos.
- Atención de las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía, la asertividad y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones.
- Valoración de las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta.
- Valoración de las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre empresas proveedoras y productos y sobre la propia atención del establecimiento.
- Tipos de consultas, quejas y reclamaciones.
- Gestión de quejas, devoluciones, sugerencias y reclamaciones.
- Trámites de las quejas, devoluciones, sugerencias y reclamaciones.
- La negociación con la clientela. Técnicas y herramientas de negociación.
- La hoja de reclamaciones.
- Mediación y arbitraje.
- Actuación de la Administración.
- Encuesta de satisfacción de la atención a la clientela y su posterior valoración y actuación.
- Medios de transmisión electrónica de las consultas, quejas y reclamaciones.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.

– Autonomía en la realización de las tareas.

4.– Gestión de la atención comercial con las empresas proveedoras.

– Búsqueda y selección de empresas proveedoras, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.

– Realización del seguimiento automático y actualización de bases de datos de empresas proveedoras, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con las empresas proveedoras.

– Establecimiento de los canales y procedimientos de comunicación con las empresas proveedoras, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.

– Gestión de pedidos a empresas proveedoras, formalizando la comunicación y documentación relativa a las mismas.

– Negociación de ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad.

– Establecimiento de criterios de evaluación de empresas proveedoras, valorando los que mejor se adecúen a las características de la empresa.

– Gestión con otros departamentos de los acuerdos obtenidos con empresas proveedoras, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.

– Técnicas para planificar las compras.

– Sistemas de selección de empresas proveedoras.

– Tipos de negociación de la compra.

– Contrato de compraventa. Pedidos.

– Seguimiento de la compra.

– Comunicación interdepartamental.

– La comunicación con empresas proveedoras mediante las tecnologías de la información.

– Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

– Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.

– Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

– Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.

– Autonomía en la realización de las tareas.

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

– Establecimiento de los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.

- Valoración de los datos de fidelización de la clientela, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.
- Valoración de las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.
- Evaluación de los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción de la clientela y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.
- Realización del control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.
- Valoración de 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.
- Valoración del grado de satisfacción de la clientela en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.
- Objetivos y fines de la evaluación de la calidad del servicio.
- Tipos de evaluación de la calidad del servicio.
- Análisis de datos. Índices y estándares más utilizados.
- Tratamiento y solución de errores y anomalías en el servicio.
- Fidelización de la clientela. Estrategias de fidelización.
- Normalización y certificación de la calidad de servicio.
- Normativa legal en la protección de personas consumidoras y usuarias.
- Encuesta de satisfacción sobre los servicios prestados a la clientela.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

Módulo Profesional 5: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio

Código: 1610

Curso: 2.º

Duración: 84 horas

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha documentado y trazado el origen, las etapas del proceso y el destino del alimento.
- b) Se han realizado los controles que identifican los peligros potenciales (físicos, químicos y biológicos) y que pueden aparecer en cada etapa del proceso.
- c) Se han detectado los peligros que determinan los puntos críticos de control y el límite crítico.
- d) Se han establecido las medidas de control y las acciones correctivas que aseguren la seguridad del sistema.

e) Se han aplicado las principales normas voluntarias implantadas en el sector alimentario (BRC, IFS, UNE -EN ISO 9001, UNE -EN ISO 22000 y otras).

f) Se ha 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.

miércoles 7 de julio de 2021

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas - 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 la clientela 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 de la clientela y los criterios comerciales.

B) Contenidos:

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

– 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).
- 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 que subsanan las incidencias detectadas.
- Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.
- Conceptos y niveles de limpieza.
- Legislación y requisitos higiénico-sanitarios: equipos, utillaje e instalaciones en la manipulación de alimentos.
- Tratamiento DDD: características, productos utilizados y condiciones de empleo.
- Procesos y productos de limpieza y desinfección asociados.
- Frecuencia y normativa de limpieza establecidas por la normativa.
- Peligros sanitarios asociados a aplicaciones de limpieza y desinfección o desratización y desinsectación inadecuados.
- Peligros asociados a la manipulación de productos de limpieza y desinfección y tratamientos DDD.
- Respeto por las normas de utilización de los productos de limpieza y desinfección.
- Responsabilidad con el trabajo que desarrolla.

2.– Establecimiento de sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basado en el APPCC y control de la trazabilidad.

- Detección de peligros, puntos críticos de control y 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, UNE-EN ISO 22000.
- Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APPCC.
- Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental.
- Normas higiénico-sanitarias de obligado cumplimiento relacionadas con las prácticas higiénicas: salud e higiene personal.
- Sistemas de autocontrol relacionados con los peligros sanitarios en la manipulación de alimentos.
- Peligros y puntos de control críticos (siete principios APPCC).
- Conceptos clave para el control de potenciales peligros sanitarios: punto crítico de control, límite crítico, medidas de control y medidas correctivas.
- Parámetros asociados al control de los puntos críticos de control.

- Documentación y trazabilidad del alimento a comercializar. Origen, etapas y destino.
- Controles de peligros potenciales: físicos, químicos y biológicos.
- Normas voluntarias implantadas en el sector alimentario (BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001, UNE-EN ISO 22000...)
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos y todas.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y del modo de superarlas.
- Rigor en la cumplimentación de los registros asociados a los sistemas de autocontrol.

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

- Aplicación de normativa higiénico-sanitaria.
- Establecimiento de medidas preventivas.
- Establecimiento de controles higiénico-sanitarios.
- Identificación del punto crítico o lote origen de la alteración.
- Procedimientos en la manipulación de alimentos.
- Protocolos de actuación frente a alertas sanitarias.
- Protocolo de actuación frente a contaminaciones cruzadas.
- Riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario.
- Peligros asociados a los malos hábitos y medidas de prevención.
- Medidas de higiene personal asociadas a la manipulación de alimentos: enfermedades de obligada declaración.
- La vestimenta de trabajo y sus requisitos de limpieza.
- Medios de protección de cortes, quemaduras o heridas del manipulador o manipuladora.
- 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.
- Asunción de hábitos correctos en la manipulación de alimentos.
- Iniciativa a la hora de solucionar problemas de contaminación de alimentos.
- Actitud responsable ante estados infecciosos u otros tipos de situaciones que condicionen una manipulación correcta de alimentos.

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

- Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento.

- Supervisión de las técnicas de recogida de productos caducados.
- Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores.
- Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.
- Tipos de residuos generados de acuerdo a su origen, estado y necesidad de reciclaje, depuración o tratamiento.
- Efectos ambientales de los residuos originados por la industria alimentaria.
- Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte.
- Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos: manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.
- Contenedores de SANDACH. Tratamiento y gestión de los mismos.
- Control de las no conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos.
- Respeto por el medio ambiente.
- Sensibilización respecto a un uso correcto de equipos y medios, evitando consumos y desgastes innecesarios.
- Iniciativas en el establecimiento de medidas para una menor generación de residuos.

5.– Establecimiento de los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuestos para la venta.

- Planificación y verificación de las acciones de calidad según productos alimentarios: frescos, perecederos, sostenibles y ecológicos.
- 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 clientela con enfermedades, intolerancias y alergias alimentarias. Patologías: diabetes, hipertensión, hipercolesterolemia, entre otros. Intolerancias: celíacos, a la lactosa, al huevo, entre otras.
- 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.
- Materias primas en restauración: tipos y características.
- Presentación comercial.
- Conservación.
- Referentes del código alimentario.

- La cadena de frío de alimentos.
- Alérgenos regulados por la normativa vigente.
- Acciones de no conformidad. Condiciones, ofertas y sección de ventas.
- Legislación en materia de etiquetado de alimentos.
- Fecha de caducidad y el tipo de envasado.
- Etiquetado de productos. Etiquetado de informe nutricional. Componentes: descriptores genéricos, propiedades saludables y alérgenos.
- Sistemas de valoración de la calidad de los productos alimentarios.
- Medios para medir la satisfacción de la clientela.
- Criterios comerciales empleados.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.
- Compromiso ético con los valores de conservación y defensa del patrimonio medio-ambiental.
- Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.
- Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías como elementos de consulta y apoyo.

Módulo Profesional 6: Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados

Código: 1611

Curso: 2.º

Duración: 210 horas

A) 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.

- 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 de la clientela.
- 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 de la clientela.
- 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 de la clientela.

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 de la clientela.

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 y elabora diferentes variedades de pan, bollería, repostería y pastelería a partir de productos semielaborados, según criterios de venta, cumpliendo la normativa sanitaria y de Prevención de Riesgos Laborales.

Criterios de evaluación:

a) Se ha comprobado el estado de los productos semielaborados, atendiendo a su aspecto, olor, y textura, entre otros.

b) Se ha supervisado y horneado los productos de panadería, bollería, repostería y pastelería atendiendo a las características de cada producto.

c) Se ha supervisado la disposición de las diferentes variedades de pan, bollería, repostería y pastelería en mostradores y expositores, según sus características nutricionales.

d) Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de panadería y pastelería.

e) Se ha supervisado la presentación y el envasado de productos de bollería, repostería y pastelería en función de los requerimientos de la clientela.

f) Se ha supervisado la presentación, el rebanado y el envasado de productos de panadería en función de los requerimientos de la clientela.

g) Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación de productos de panadería, bollería, repostería y pastelería.

5.– 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, fumet, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.

6.– 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.

B) Contenidos:

1.– Supervisión y obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos.

– Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.

– Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos en función del destino culinario y características del animal: carne picada, adobada y salchichas frescas.

– Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación, frescura y atractivo visual.

- Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados.
- Valoración de los requerimientos y características de la clientela.
- Características organolépticas de los productos cárnicos.
- Equipos y maquinaria para la preelaboración y conservación de porciones, preparaciones de carne y derivados cárnicos.
- Técnicas de deshuesado y despiezado de canales y piezas cárnicas.
- Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario.
- Normativa higiénico-sanitaria para la elaboración de derivados cárnicos frescos.
- Legislación relativa a la elaboración de derivados cárnicos frescos.
- Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación.
- Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación.
- Medidas de seguridad personales.
- Conceptos básicos de presentación y packaging de productos y derivados cárnicos. Escaparatismo.
- Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos.
- Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
- Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.
- Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.

2.– 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 en función del destino culinario y los tipos de pescados.
- Exposición en mostradores de pescados y mariscos.
- Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario.
- Supervisión del envasado de pescados y mariscos.
- Pescados y mariscos frescos:
 - Características organolépticas.

- Estacionalidad y documentación de origen.
 - Tallas mínimas.
 - Estado de conservación.
 - Métodos de envasado de pescados y mariscos.
 - Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de pescados y mariscos.
 - Piezas de pescado limpio, filetes y trozos.
 - Técnicas de fileteado de pescado. Uso culinario.
 - Uso culinario del marisco.
 - Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de pescado fresco.
 - Legislación relativa a la manipulación de pescado y marisco fresco.
 - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación.
 - Sistemas de exposición en mostradores de pescados: conservación, frescura y atractivo visual.
 - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación.
 - Conceptos básicos de presentación y packaging de pescados y mariscos. Escaparatismo.
 - Medidas de seguridad personal.
 - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de pescados y mariscos.
 - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
 - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.
 - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.
- 3.– 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.
 - Supervisión de la presentación y troceado de frutas y verduras.
 - Frutas y verduras:
 - Tipos.
 - Calibre.
 - Madurez.
 - Aspecto visual.

- Estacionalidad.
 - Calidad.
 - Propiedades y conservación.
 - Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de frutas y verduras.
 - Técnicas de cortes de frutas y verduras. Uso culinario.
 - Sistemas de elaboración de bandejas.
 - Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de frutas y verduras frescas.
 - Legislación relativa a la manipulación de frutas y verduras frescas.
 - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación.
 - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación.
 - Conceptos básicos de presentación y packaging de frutas y verduras frescas. Escaparatismo.
 - Medidas de seguridad personal y condiciones higiénico-sanitarias.
 - Características y requerimientos de la clientela.
 - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de frutas y verduras.
 - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
 - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.
 - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.
- 4.– Supervisión y elaboración de distintas variedades de pan a partir de productos semielaborados.
- Comprobación de panes, productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados según normativa aplicable.
 - Supervisión y elaboración de panes, bollería, repostería y pastelería.
 - Supervisión y colocación de panes, bollería, repostería y pastelería en mostradores y expositores.
 - Panes:
 - Pan común.
 - Pan especial.
 - Productos semielaborados.
 - Productos de bollería.

- Productos de pastelería y repostería:
 - Masas de hojaldre.
 - Masas azucaradas.
 - Masas escaldadas.
 - Masas batidas.
 - Masas de repostería.
- Productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados.
- Equipos y maquinaria para el almacenamiento, transporte, horneado y el rebanado de panes.
- Equipos y maquinaria para el almacenamiento, transporte y horneado de productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados.
- Normativa técnico-sanitaria para la fabricación, circulación y comercio de pan, panes especiales y productos semielaborados.
- Normativa técnico-sanitaria para la fabricación, circulación y comercio de productos de bollería, repostería y pastelería.
- Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación.
- Conceptos básicos de presentación y packaging de panes, bollería, repostería y pastelería. Escaparatismo.
- Medidas de seguridad personal.
- Características y requerimientos de la clientela.
- Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el almacenamiento y la elaboración de las distintas variedades de pan.
- Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
- Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.
- Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.

5.– Preparación y asesoramiento de productos alimentarios.

- Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet. Características.
- Valoración y asesoramiento sobre vinos.
- Valoración y asesoramiento sobre quesos.
- Orientación y asesoramiento sobre productos gourmet en función de su origen y su destino culinario.
- Supervisión de la elaboración de tablas de quesos, jamones y embutidos. Características: aroma, sabor y picor.

- Vinos:
 - Calidad.
 - Añada.
 - Variedades de uva.
 - Maridajes.
- Quesos:
 - Fragilidad.
 - Densidad.
 - Dureza y cremosidad.
 - Destino culinario.
 - Características organolépticas.
 - Técnicas de troceado y corte de quesos.
- Productos gourmet:
 - Caviar.
 - Ahumados.
 - Ventresca.
 - Salazones.
 - Características organolépticas.
 - Origen y destino culinarios.
- Jamones de calidad:
 - Características organolépticas.
 - Técnicas de corte: manuales y mecánicas.
- Embutidos:
 - Tipos.
 - Características organolépticas.
- Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de quesos, jamón y embutidos.
- Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de quesos, jamones y embutidos.
- Legislación relativa a la manipulación de quesos, jamones y embutidos.
- Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación.
- Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación.
- Medidas de seguridad personales.

- Conceptos básicos de presentación y packaging de quesos, jamones y embutidos. Escaparatismo.
- Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones de quesos, jamones y embutidos.
- Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
- Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.
- Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.

6.– Realización del etiquetado de productos frescos.

- 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.
- 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.
- Rigor en el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
- Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el envasado y etiquetado de productos frescos.
- Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.

Módulo Profesional 7: Logística de productos alimentarios

Código: 1612

Curso: 1.º

Duración: 165 horas

A) 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 ha 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 ha calculado el ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

- c) Se han valorado las necesidades de formación del personal del almacén.
- d) Se han previsto medidas ante las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén de productos alimentarios.
- e) Se han establecido las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de mercancías dentro de un almacén de mercancías alimentarias.
- f) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimenticios.
- g) Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.

B) Contenidos:

1.– Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario.

- Identificación de las funciones del sistema logístico.
- Organización de las operaciones y flujos previstos en un almacén.
- Organización de la descarga de mercancías.
- Distribución y manipulación de mercancías.
- Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos.
- Cumplimentación de la documentación y etiquetado de los productos transportados.
- Identificación del equipamiento y utillajes a emplear en el proceso de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas.
- Evaluación del estado del embalaje y de la temperatura de los productos en el transporte de la mercancía.
- Identificación y elaboración de todos los documentos presentes en la tramitación de pedidos, en los que se refleje la cantidad a reponer, plazo de entrega, la calidad y el precio.
- Valoración de la calidad de los productos alimentarios recepcionados, en base a las condiciones higiénicas de transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
- Comprobación de la caducidad de los productos alimentarios sujetos a transporte externo.
- Identificación de los pasos a seguir en la gestión de devolución de mercancías.
- Supervisión del registro informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.
- Concepto y los objetivos de la logística.
- El departamento de logística en el sistema de organización de la empresa.
- Concepto y objetivos del almacén.
- Diseño y organización de los almacenes.
- La recepción: fases, documentación, trazabilidad y condiciones de aceptabilidad.

- Almacenamiento de productos secos, en refrigeración y en congelación.
 - La trazabilidad de los productos alimentarios.
 - Documentación y etiquetado:
 - Pedido.
 - Albarán.
 - Hoja de recepción.
 - Calidad de los productos alimentarios recepcionados. Condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
 - La caducidad de los productos transportados.
 - Devoluciones de productos alimentarios a empresas proveedoras.
 - Registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.
 - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
 - Colaboración e integración en los trabajos de equipo.
 - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
 - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.
 - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.
- 2.– Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias.
- Determinación de las condiciones de almacenamiento de productos secos, en refrigeración y en congelación.
 - Determinación de las zonas de almacenamiento en función de las características de conservación y refrigeración de los alimentos.
 - Identificación de los diferentes sistemas de almacenaje.
 - Comprobación de las condiciones de la maquinaria, equipos y útiles de almacén en la manipulación de productos pesados.
 - Análisis de los diferentes sistemas de almacenaje.
 - Determinación de los criterios de conservación, ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios.
 - Establecimiento de los criterios a seguir en la señalización de un almacén de productos alimentarios para garantizar la seguridad en el mismo.
 - Identificación de las condiciones de temperatura, orden y limpieza en el almacenamiento de productos alimentarios.
 - Supervisión de maquinaria, equipos y útiles de almacén.

- Asignación de la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.
- Uso del EDI para el seguimiento de mercancías en el almacén.
- Objetivos en la organización de almacenes.
- Formas de proceder para distribuir el almacén por zonas en función de las características de los productos: conservación y refrigeración.
- Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. Equipamiento y utillajes.
- Técnicas de conservación, ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios.
- Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad.
- Daños y defectos derivados del almacenamiento. Período de almacenaje.
- Condiciones de almacenamiento:
 - Ubicación en función de conservación y consumo.
 - Condiciones de temperatura, orden y limpieza.
- Características de la mercancía.
- Sistemas de almacenamiento:
 - Sistema de bloques apilados.
 - Sistema convencional.
 - Sistema compacto.
 - Sistema dinámico.
 - Sistema móvil.
 - Dispensadores.
- Tecnología RFID.
- Codificación y trazabilidad de las mercancías:
 - Códigos de barras.
 - Códigos Datamatrix.
 - Etiquetas electrónicas.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.
- Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.
- Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

3.– Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios.

- Determinación e interpretación de la normativa que regula el envasado, embalado y etiquetado.
- Identificación de las características de los tipos de embalajes más utilizados.
- Supervisión de las operaciones de embalaje (tipos de embalaje, diseño, ciclo de vida, materiales y normativa legal) y paletizado (tipos y diferentes funciones) de productos alimentarios.
- Diferenciación de los procedimientos de envíos en la venta a domicilio y online, identificando las condiciones de embalaje de la mercancía a distribuir.
- Supervisión del proceso de preparación del embalaje de pedidos de productos alimentarios en las ventas a domicilio.
- Observación de las condiciones de transporte de productos alimentarios en materia de calidad y seguridad alimentaria.
- Identificación y cumplimentación de la documentación asociada a las órdenes de pedido de productos alimentarios.
- Elección del medio de transporte y del sistema de expedición de productos alimentarios más óptimo de acuerdo a sus características.
- Identificación del proceso de devolución del producto y su correspondiente documentación.
- Observación de las medidas vigentes de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos.
- Gestión de la expedición. Fases. Documentación. Trazabilidad.
- Tipos de embalaje de productos alimentarios.
- Diseño de embalaje.
- Ciclo de vida del embalaje.
- Definición de envase y de embalaje.
- Tipos de envases.
- Etiquetado.
- Normativa de los envases y embalajes.
- Materiales para el embalaje.
- Requisitos exigibles para el embalaje:
 - Medioambientales.
 - Legales y normativos.
 - Económicos.
 - Técnicos.
 - De mercado.

- Tipos y funciones del paletizado.
- Software de paletización y planificación de carga.
- Tipos de envíos: a domicilio y venta online.
- Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuidas a domicilio. Pedidos de productos alimentarios.
- Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria.
- Documentación asociada: órdenes de pedido.
- Medios de transporte utilizados. Tipos. Características.
- Condiciones de los medios de transporte de productos alimenticios.
- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos.
- Medidas de sostenibilidad medioambiental y de Prevención de Riesgos Laborales.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.
- Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.
- Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

4.– Gestión de almacén de productos alimentarios.

- Aplicación de diferentes tipos de valoración de existencias en el almacén.
- Utilización de diferentes aplicaciones informáticas en el registro y mantenimiento del inventario.
- Análisis y establecimiento de medidas correctoras ante posibles desviaciones entre las compras previstas y reales.
- Cálculo de los diferentes tipos de ratios de almacén de stocks de productos alimentarios para garantizar un suministro óptimo de los mismos.
- Identificación del momento óptimo de pedido en función de las características de la demanda.
- Determinación de los criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.
- Aplicación de medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias en función de las especificaciones establecidas.
- Técnicas para planificar, realizar divisiones del almacén y optimizar espacios. Planificación. División del almacén. Optimización de espacios.

- Existencias. Criterios y métodos de valoración: FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión.
 - Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas.
 - Nivel de stocks.
 - Tipos de stocks.
 - Costes de los stocks.
 - Cálculo de stocks:
 - Seguridad, óptimo y mínimo.
 - Pérdidas: conocida y desconocida.
 - Merma: natural por deshidratación, física por deterioro y por caducidad.
 - Técnicas para valorar las desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis.
 - Ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos.
 - Suministros: estacionalidad, períodos de demanda y evolución de la actividad.
 - Técnicas para realizar la valoración de existencias.
 - Inventario y tipos de inventarios.
 - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
 - Colaboración e integración en los trabajos de equipo.
 - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
 - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.
 - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.
- 5.– Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario.
- Determinación de tareas, funciones, operaciones y formación del personal en un almacén de productos alimentarios.
 - Determinación de las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.
 - Diseño de los cronogramas para las diferentes operaciones a realizar en un almacén.
 - Diseño de un plan de formación dirigido al personal de almacén.
 - Determinación y aplicación de las medidas a adoptar ante incidencias y accidentes en un almacén de productos alimentarios.
 - Identificación de todas las tareas y funciones en relación a la manipulación de mercancías.

- Análisis de la normativa vigente para su aplicación en la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimenticios.
- Identificación de medidas y análisis del procedimiento a seguir en caso de accidente en un almacén de productos alimentarios, conforme a lo establecido en la normativa de Prevención de Riesgos Laborales en un almacén alimentario.
- Identificación de medidas y análisis de los procedimientos a seguir conforme a lo establecido en la normativa de seguridad e higiene en un almacén alimentario.
- Determinación del número de trabajadores y trabajadoras asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.
- Asignación de trabajadores y trabajadoras a cada tarea del almacén respetando la normativa laboral y de seguridad y Prevención de Riesgos Laborales.
- Utilización de sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del 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.
- Sistema de Gestión de Almacén.
- Tareas y funciones del personal de almacén.
- Software de gestión de almacenes.
- Gestión de residuos y SANDACH en almacén.
- Normativa de Prevención de Riesgos Laborales en el almacén.
- Normativa de seguridad e higiene en el almacén.
- Prevención:
 - EPIs.
 - Señales.
- Riesgos de incendio: prevención, detección y extinción.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Colaboración e integración en los trabajos de equipo.
- Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.
- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.
- Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

Módulo Profesional 8: Comercio electrónico en negocios alimentarios

Código: 1613

Curso: 1.º

Duración: 132 horas

A) 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 a la clientela 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 a la clientela mediante sistemas de comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales, entre otros, en función de la atención a preguntas frecuentes, problemas de la clientela, instrucciones de uso en pagos, sugerencias y quejas.

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

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

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 de la clientela, el tipo de producto y el precio u oferta.

c) Se han comunicado el presupuesto y las condiciones de entrega del producto, verificando que cumple lo demandado por la clientela, 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 a la clientela 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 de la clientela 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 o intermediarias 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 a la clientela 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 de la clientela, 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 a la clientela en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.
- g) Se han actualizado las bases de datos de la clientela, 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 de la clientela.

5.– Valora el rendimiento del comercio electrónico alimentario, analizando los datos de tráfico, resultado del negocio y aplicando 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 han relacionado los ratios principales de análisis del retorno de inversiones en publicidad online con el resultado de las ventas del comercio electrónico alimentario.
- 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 a la clientela, 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.

B) Contenidos:

1.– Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios.

- Elaboración de Planes de Marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control y seguimiento.
- Selección de agentes y canales de distribución online, en función de sus características y operatividad.

- Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas de geolocalización y comparadores de precios.
- Establecimiento de dispositivos de atención a la clientela, mediante sistemas de la comunicación electrónica, atendiendo a las sugerencias y consultas que mejoran la calidad de la empresa.
- Consecución de objetivos e indicadores de rendimiento de la página web, atendiendo a la segmentación del mercado.
- Elaboración de presupuesto y estimación de costes de una página web.
- Plan de Marketing de productos alimentarios: análisis de situación, objetivos, estrategias y tácticas.
- Agentes. Canales de distribución online.
- Servidores, buscadores, mapas de geolocalización, comparadores de precios.
- Dispositivos de atención a la clientela. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Calidad de la empresa.
- Objetivos e indicadores de rendimiento de la página. Segmentación del mercado.
- Presupuesto y estimación de costes.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Autonomía en la realización de las tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.
- Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

2.– Constitución de una tienda online de productos alimentarios.

- Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen.
- Integración de los comercios online en comercios físicos.
- Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro, para la creación de empresas de estudiantes, con el fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y gestionar la apertura y mantenimiento de cuentas bancarias.
- Creación de una página web de productos alimentarios, adaptándola al público al que va dirigido, teniendo en cuenta el diseño responsable, amigable y usable y cumpliendo la accesibilidad universal y diseño para todos y todas.
- Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos.
- Instalación de dispositivos de atención a la clientela: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales.
- Establecimiento de medidas de seguridad para realizar transacciones seguras, según la legislación vigente en materia de protección del consumidor o de la consumidora.

- Estructura básica y elementos de un comercio alimentario online.
- Transacciones económicas, facturas, cuentas bancarias.
- Web de productos alimentarios. Diseño accesible, amigable, usable.
- Alojamiento en servidores propios y ajenos.
- Dispositivos de atención a la clientela: comunicación electrónica, chat y redes sociales.
- Medidas de seguridad en comercios. Legislación vigente en materia de protección del consumidor o de la consumidora. Transacciones seguras.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Autonomía en la realización de las tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.
- Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

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

- Recepción de pedidos atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
- Elaboración del presupuesto de pedidos.
- Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega.
- Ejecución del cobro online del pedido de alimentos, mediante canales de pago y empleando las medidas de seguridad adecuadas.
- Distribución, seguimiento y entrega del envío a la clientela mediante los medios de distribución adecuados.
- Diseño de estrategia de reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario, atendiendo a los errores y deficiencias en la entrega.
- Ejecución de ventas a través de intermediarios, en base a las condiciones pactadas.
- Orden de llegada de pedidos, tiempos de entrega, tipo de producto y ofertas.
- Presupuesto de pedidos.
- Condiciones de entrega.
- Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad.
- Medios de envío.
- Reembolsos, devoluciones, seguimiento bancario. Errores y deficiencias en la entrega.
- Ventas a través de intermediarios o intermediarias. Condiciones pactadas y cobros.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Autonomía en la realización de las tareas.

- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.

- Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

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

- Actualización de la página web en base a los nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos de la clientela.

- Utilización de programas informáticos de texto, imagen y sonido.

- Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos, atendiendo a criterios de posicionamiento en la web y facilitando su lectura y comprensión.

- Actualización y diseño de la página web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.

- Atención a la clientela en tiempo real, mediante dispositivos electrónicos.

- Actualización de ficheros de la clientela, productos y precios.

- Realización del envío de los ficheros web actualizados al servidor de internet.

- Realización del mantenimiento de la comunicación electrónica, chat y redes sociales.

- Mantenimiento de la página web en base a la respuesta recibida por parte de la clientela.

- Programas informáticos de texto, imagen y sonido.

- Fichas de producto y catálogos electrónicos.

- Posicionamiento en la web.

- Eficiencia y rentabilidad comercial de la página web.

- Dispositivos electrónicos de atención a la clientela.

- Ficheros de la clientela, productos y precios.

- Acciones de mantenimiento en la web según respuesta de la clientela.

- Bases de datos de la clientela, productos y precios.

- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

- Autonomía en la realización de las tareas.

- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.

- Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

5.– Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario.

- Aplicación de las medidas de mejora del rendimiento de campañas publicitarias online, en función del volumen de visitas y tráfico de ventas.

- Valoración del rendimiento de los indicadores del tráfico e impacto a través de herramientas de análisis gratuitas y de pago.

- Relación del análisis de ratios del retorno de inversiones en publicidad online, con el resultado de ventas del comercio electrónico alimentario.
- Valoración de la satisfacción de la clientela, mediante el cálculo de la tasa de fidelización.
- Evaluación de la trazabilidad de la distribución de los productos, mediante la modificación de la planificación de las rutas de reparto, los recursos humanos, el tiempo acordado y estado de entrega del producto.
- Evaluación de los medios de pago online, atendiendo a las características de la tienda online y a los gastos bancarios.
- Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online, comparando el volumen de negocio, con los gastos de distribución, de personal y de publicidad.
- Campañas publicitarias online, volumen de visitas, tráfico de ventas.
- Rendimiento de indicadores de tráfico e impacto. Herramientas de análisis gratuitas y de pago.
- Ratios del entorno de inversiones. Resultados de venta del comercio electrónico.
- Satisfacción de la clientela. Tasa de fidelización.
- Trazabilidad de la distribución. Rutas de reparto. Estado de entrega del producto.
- Medios de pago online. Gastos bancarios.
- Rentabilidad económica de la tienda online: volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Autonomía en la realización de las tareas.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.
- Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

Módulo Profesional 9: Ofimática aplicada al comercio alimentario

Código: 1614

Curso: 1.º

Duración: 132 horas

A) 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 y proveedoras, clientela 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, clientela, proveedores y proveedoras, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.

- c) Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientela, proveedores y proveedoras, 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 o de la consumidora, 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 clientela, 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 la clientela 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 o de la consumidora, 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 o la clienta y de la agilidad en el acceso a la información.
- c) Se ha gestionado la orden del pedido del cliente o de la clienta, comprobando que la documentación se adecúa a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente o de la clienta, 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 o la consumidora y seguridad en el acceso a la información.
- h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.

B) Contenidos:

- 1.– Realización de materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes.
 - Edición de escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.
 - Importación y exportación de datos y de materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.
 - Elaboración de presentaciones básicas.
 - 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.
 - Inserción de elementos gráficos en una diapositiva.
 - Realización y tratamiento de 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.
 - Edición y tratamiento del estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.
 - Exportación de los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.
 - Protección de los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso, solventado posibles incidencias.
 - Métodos para realizar presentaciones básicas.

- Programas de tratamiento de los textos de presentaciones publicitarias para presentación de diapositivas, animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.
- Formas de insertar elementos gráficos en una diapositiva.
- Herramientas para realizar la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones.
- Las animaciones gráficas de las diapositivas y su objeto.
- Formas de tratar el estilo, el tipo y el cuerpo del texto de carteles y ofertas.
- Maneras de proteger los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y resolviendo en su caso las posibles incidencias.
- Formas de utilizar un escáner, impresora, fotocopiadora y los lectores de tickets.
- Respeto a las normas de funcionamiento del aula, oficina, instalaciones, equipo, archivos y demás elementos utilizados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos.
- Análisis de los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad.

2.– Confección de folletos publicitarios para comercios alimentarios.

- Edición de la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- Maquetación de folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.
- Realización de folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático.
- Elaboración de carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición.
- Redacción de materiales publicitarios: adecuación al mensaje a transmitir.
- Distribución de los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición.
- Aplicación de técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros.
- Diseño de materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.
- Utilización de diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos.
- Realización de trabajos publicitarios y promocionales en Internet.
- Edición con imágenes libres de derechos de autoría.

- Información que han de contener los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño.
- Herramientas para maquetar, realizar y elaborar folletos, catálogos y ofertas comerciales de comercio alimentario.
- Herramientas para diseñar materiales de comunicación publicitaria respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.
- Programas de diseño gráfico.
- Programas de creación y edición de videos.
- Software multimedia para la grabación y edición de imágenes y sonidos.
- Técnicas de edición con imágenes libres de derechos de autoría.
- Propiedades del cuadro de texto.
- Maneras de realizar trabajos publicitarios y promocionales en Internet, empleando técnicas de diseño y autoedición.
- Sistemas de distribución de la información textual y visual en un folleto.
- Respeto a las normas de funcionamiento del aula, oficina, instalaciones, equipo, archivos y demás elementos utilizados.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos.
- Análisis de los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional.

3.– Elaboración de documentos de registro y cálculo de empresas proveedoras, clientela y productos.

- Utilización de aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
- Realización de tareas administrativas online con organismos públicos y privados.
- Cumplimentación de documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios.
- Realización práctica con simuladores de recursos de la administración tributaria.
- Realización de prácticas con simuladores de banca online.
- Realización de cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.
- Utilización de herramientas informáticas específicas para realizar cálculos.
- Realización de 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.

- Elaboración de documentación de stock, productos, clientela y empresas proveedoras, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.
- Automatización de la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo.
- Valoración de inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.
- Presentación de documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.
- Elaboración por hoja de cálculo de documentos de gestión del comercio alimentario.
- Realización de formateo de celdas, filas, columnas y hojas de cálculo; presentaciones de hoja de cálculo e introducción de textos, códigos e imágenes.
- Elementos materiales y funciones de compraventa.
- La fiscalidad de la compraventa:
 - Sistema tributario español.
 - El IVA.
- Gestión documental:
 - Peticiones de oferta e información.
 - Catálogos de ofertas y precios.
 - Pedido.
 - Albarán.
 - Factura.
 - Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Operaciones básicas en una hoja de cálculo:
 - Operaciones con fórmulas.
 - Operaciones avanzadas con hoja de cálculo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos.
- Análisis de los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional.

4.– Mantenimiento y actualización de bases de datos relacionadas con la actividad comercial alimentaria.

- Elaboración de bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas y clientela, entre otros.

- Gestión de la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
 - Realización del registro de la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con la clientela a través de la nube.
 - Creación de consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticos, haciendo amigable y atractiva su presentación.
 - Extracción de los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.
 - Elaboración de documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.
 - Aplicación de las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.
 - Las bases de datos: aspectos generales.
 - Listas de datos relacionales: introducción, ordenación y validación de datos en una lista. Filtros de datos.
 - Elementos de una base de datos.
 - Tipos de datos.
 - Técnica de creación de tablas.
 - Propiedades de los campos.
 - La propiedad máscara de entrada.
 - Relaciones entre tablas.
 - Inserción de registros en las tablas.
 - Modos de ordenar y filtrar información.
 - Consultas.
 - Informes.
 - Formularios.
 - Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
 - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
 - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.
 - Análisis de los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad.
- 5.– Organización de la información y la documentación asociada a la actividad comercial.
- Determinación del sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas. Condiciones específicas.

- Organización de la documentación digital en función del pedido y la clientela y de la agilidad en el acceso a la información.
- Gestión de la orden del pedido de la clientela, comprobando que la documentación se adecúa a lo establecido: productos alimentarios, datos de la clientela, forma de pago, entre otros.
- Gestión de libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.
- Registro y archivo de la información y de los documentos digitales habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.
- Organización y archivo digital de la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.
- Aplicación de los niveles de protección del consumidor o de la consumidora y seguridad en el acceso a la información.
- Aplicación de la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.
- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Seguridad: firma electrónica reconocida y DNI electrónico.
- Programas de facturación electrónica.
- Banca online.
- Tributos online.
- Trámites con la Seguridad Social online.
- Modos de comunicación con proveedores o proveedoras y empleados o empleadas.
- Gestión la documentación interna.
- Agenda y trazabilidad.
- Archivo y registro.
- Técnicas de organización del archivo y sistemas de archivo.
- Custodia de documentación. Sistema y normas.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Sistema de destrucción de documentos.
- Aplicaciones informáticas específicas:
 - Facturación y almacenaje.
 - Contabilidad y cartera.
 - Nóminas y Recursos Humanos.
 - Bases de datos y hojas de cálculo.

- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.
- Análisis de los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad.

Módulo Profesional 10: Gestión de un comercio alimentario

Código: 1615

Curso: 1.º

Duración: 165 horas

A) 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 las empresas proveedoras.
- e) Se han realizado devoluciones a la clientela 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 (TPV).
- g) Se ha supervisado la realización del cobro de mercaderías a través del Terminal Punto de Venta.
- h) Se han 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 empresas proveedoras, 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 las empresas proveedoras y acuerdos establecidos.
- c) Se han determinado el procedimiento y las fases a realizar en la distribuido los pedidos, preparación y envío, en función de la clientela y acuerdos establecidos.
- d) Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.
- e) Se han supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda de la clientela.
- 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 la clientela 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 han 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 a la clientela 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.

B) Contenidos:

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

– Realización de transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias.

– Emisión y tramitación de 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.

- Gestión de las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago.
- Pago de las facturas atendiendo a las condiciones pactadas con las empresas proveedoras.
- Realización de devoluciones a la clientela contabilizando la operación.
- Aplicación de 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 (TPV).
- Supervisión en la realización del cobro de mercaderías a través del Terminal Punto de Venta.
- Comprobación del arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.
- Gestión de cuentas bancarias: ingresos y pagos.
- Transacciones monetarias: físicas y online.
- La factura:
 - La factura simplificada. El tique.
 - La factura electrónica.
 - La factura rectificativa y vales.
- Archivo y conservación de la factura.
- Modalidades de pago: al contado, tarjeta bancaria, transferencias.
- El Terminal Punto de Venta.
- Software de gestión del TPV: clientela, empresas proveedoras, empleados, empleadas y artículos.
- Operaciones de caja: tiques, devoluciones, arqueo de caja.
- Sistemas de generación de informes.
- Medios de contabilización de ingresos y gastos.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

2.– Gestión y envío de pedidos de productos alimentarios.

- Gestión de los pedidos a empresas proveedoras, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- Determinación del procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de las empresas proveedoras y acuerdos establecidos.
- Definición del procedimiento y las fases a realizar en la distribución de los pedidos, preparación y envío, en función de la clientela y acuerdos establecidos.
- Registro informático de la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.
- Supervisión de la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda de la clientela.
- Clasificación de los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros.
- Definición del procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por la clientela de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.
- El pedido: encabezado, cuerpo y pie.
- Proceso de recepción de pedidos.
- Incidencias en la recepción de pedidos.
- La pérdida desconocida.
- Distribución de los pedidos: preparación y envío.
- Diseño de rutas de reparto.
- Albarán: encabezado, cuerpo y pie.
- Carta de portes: qué es y cuándo se utiliza.
- Devoluciones de pedidos: causas y procedimiento.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

3.– 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 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.
- Cumplimentación de las declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos.
- Valoración de las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario.
- Realización de las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente.
- Supervisión de los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica.
- Realización de las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario.
- Cumplimentación de los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma según normativa.
- El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- El IVA en el comercio alimentario.
- El sujeto pasivo.
- Clasificación de las operaciones comerciales en función del IVA.
- Régimen especial del Recargo de Equivalencia.
- Libros de registro del IVA.
- Declaraciones-liquidaciones del IVA.
- Declaración resumen anual.
- Impuesto de las Personas Físicas (IRPF).
- Modalidades de tributación.
- Altas y bajas de los trabajadores y trabajadoras, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.
- Obligaciones laborales asociadas al comercio alimentario.
- Impuesto de Sociedades (IS).
- Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.
- Libro de registros de ingresos, gastos y bienes de inversión.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

4.– Planificación de la tesorería del comercio alimentario.

- Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario.
- Realización de las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.
- Cálculo de los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones.
- Cálculo de los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.
- Cálculo de los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.
- Comprobación diaria de que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria y otros sistemas de pago (datáfono, móvil, sitios web tipo «PayPal», y otros).
- Supervisión de 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.
- Plan de Tesorería. Elaboración de presupuestos.
- Previsión de ingresos, gastos y contingencias.
- Financiación de documentos de cobro a plazos. Costes de cobro/pagos: comisiones bancarias, gastos de negociación de efectos, intereses.
- Costes de personal según el convenio laboral del Comercio Alimentario.
- Ingresos de ventas. Relación ventas-ingresos.
- Medios de pago: metálico, tarjetas bancarias y otros medios de pago.
- Costes de Seguridad Social.
- Previsión según demanda de los gastos generales.
- Técnicas para corregir las desviaciones de gastos e ingresos.
- Gestión telemática de la Tesorería.
- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

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

- Análisis de la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.
- Establecimiento de la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.
- Planificación del control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado.
- Cálculo de las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio, mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorando si las desviaciones son positivas o negativas.
- Análisis de 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, estableciendo las medidas correctoras necesarias.
- Reinversión del beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención a la clientela y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto.
- Creación de métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.
- Precio. Elementos del precio, factores que condicionan el precio de un producto.
 - Métodos de fijación de precios a partir del coste.
 - Métodos de fijación de precios basados en la competencia.
 - Métodos de fijación de precios basados en la demanda.
- Margen comercial bruto y neto.
- Margen y tasa de beneficio.
- Control presupuestario.
- Cálculo de las desviaciones: de ventas, precio de venta, cantidad de ventas, costes de ventas.
- Analizar las causas internas y externas y establecimiento de medidas correctoras para rectificar las desviaciones con respecto al control presupuestario.
- Toma de decisiones y puesta en práctica.

- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo.
- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
- Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas.
- Autonomía en la realización de las tareas.

Módulo Profesional 11: Inglés

Código: 0156

Curso: 1.º

Duración: 132 horas

A) 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.

B) Contenidos:

1.– Análisis de mensajes orales.

- Reconocimiento de mensajes profesionales del sector y cotidianos.
- Identificación de mensajes directos, telefónicos, grabados.
- Diferenciación de la idea principal y las ideas secundarias.
- Reconocimiento de otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, expresión de la condición y duda, y otros.
- Terminología específica del sector.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, adverbios, locuciones preposicionales y adverbiales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y otros.
- Diferentes acentos de lengua oral.
- Toma de conciencia de la importancia de la lengua extranjera en el mundo profesional.
- Respeto e interés por comprender y hacerse comprender.

2.– Interpretación de mensajes escritos.

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Diferenciación de la idea principal y las ideas secundarias.
- Reconocimiento de las relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Diferenciación de las relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Respeto e interés por comprender y hacerse comprender.
- Muestra de interés por aspectos profesionales de otras culturas.

3.– Producción de mensajes orales.

- Selección de registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración y otros.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral.
- Producción adecuada de sonidos y fonemas para una comprensión suficiente.
- Selección y utilización de marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Sonidos y fonemas vocálicos y consonánticos. Combinaciones y agrupaciones.
- Participación activa en el intercambio de información.
- Toma de conciencia de la propia capacidad para comunicarse en la lengua extranjera.
- Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.

4.– Emisión de textos escritos.

- Elaboración de textos sencillos profesionales del sector y cotidianos.
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Uso de los signos de puntuación.
- Selección léxica, selección de estructuras sintácticas, selección de contenido relevante para una utilización adecuada de los mismos.
- Elaboración de textos coherentes.
- Registros de la lengua.
- Respeto ante los hábitos de otras culturas y sociedades y su forma de pensar.
- Valoración de la necesidad de coherencia en el desarrollo del texto.

5.– Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa).

- Interpretación de los elementos culturales más significativos para cada situación de comunicación.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socio profesional, con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa).
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Respeto para con otros usos y maneras de pensar.

Módulo Profesional 12: Formación y Orientación Laboral

Código: 1616

Curso: 2.º

Duración: 105 horas

A) 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 ha valorado la importancia de conocer las lenguas oficiales como oportunidad de empleo.

c) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del título.

d) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil.

e) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral asociados al titulado o a la titulada.

f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo, analizando la influencia de los estereotipos de género en la construcción de la identidad personal y social, así como en la toma de decisiones.

g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

h) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, 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 del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil.

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 las y los miembros de un equipo.

miércoles 7 de julio de 2021

e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre las y 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 empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras.

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

d) Se han identificado los derechos lingüísticos de las personas en su relación laboral.

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

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

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

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

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

j) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título.

k) 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 la ciudadanía.

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

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

d) Se han identificado las obligaciones de la figura de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de la Seguridad Social.

- e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador o una trabajadora y las cuotas correspondientes a la figura de trabajador o trabajadora y de empresario o empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de la 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 o de la trabajadora.
- 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 asociados al perfil profesional del título.
- 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.
- 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 título.

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 de los trabajadores y de las trabajadoras en 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 título.

g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una pequeña o mediana empresa.

7.– Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico o 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 personas heridas en caso de emergencia, donde existan víctimas de diversa gravedad.

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

f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras, y su importancia como medida de prevención.

B) Contenidos:

1.– Proceso de inserción laboral y aprendizaje a lo largo de la vida.

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

– Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Título.

– Definición y análisis del sector profesional del Título.

– Planificación de la propia carrera:

- Establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias.

- Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada.

– Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones.

– Complimentación de documentos necesarios para la inserción laboral (carta de presentación, currículum vitae...), así como la realización de test psicotécnicos y entrevistas simuladas.

– Análisis de la influencia de los estereotipos de género en la construcción de la identidad personal y social.

- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- El proceso de toma de decisiones.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado o de la titulada.
- Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
- Valoración de los itinerarios profesionales para una correcta inserción laboral.
- Compromiso hacia el trabajo. Puesta en valor de la capacitación adquirida.

2.– Gestión del conflicto y equipos de trabajo.

- Análisis de una organización como equipo de personas.
- Análisis de estructuras organizativas.
- Análisis de los posibles roles de sus integrantes en el equipo de trabajo.
- Análisis de la aparición de los conflictos en las organizaciones: compartir espacios, ideas y propuestas.
- Análisis de distintos tipos de conflicto, intervinientes y sus posiciones de partida.
- Análisis de los distintos tipos de solución de conflictos, la intermediación y buenos oficios.
- Análisis de la formación de los equipos de trabajo.
- Análisis de los intereses y capacidades personales para la toma de decisiones.
- La estructura organizativa de una empresa como conjunto de personas para la consecución de un fin.
- Clases de equipos en la industria del sector según las funciones que desempeñan.
- Equipos de trabajo.
- La comunicación como elemento básico de éxito en la formación de equipos.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
- Proyecto profesional y proyecto vital. Corresponsabilidad.
- Derechos de las personas trabajadoras a disfrutar de unos ambientes de trabajo exentos de violencia de género.

- Derecho a la igualdad, a la no discriminación, a la integridad moral, a la intimidad y al trabajo y a la salvaguarda de la dignidad.
- Valoración de la aportación de las personas en la consecución de los objetivos empresariales.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización.
- Valoración de la comunicación como factor clave en el trabajo en equipo.
- Actitud participativa en la resolución de conflictos que se puedan generar en los equipos de trabajo.
- Ponderación de los distintos sistemas de solución de conflictos.

3.– Condiciones laborales derivadas del contrato de trabajo.

- Análisis de fuentes del derecho laboral y clasificación según su jerarquía.
- Análisis de las características de las actividades laborales reguladas por el TRLET.
- Análisis del derecho de las personas a recibir la información en euskera y castellano, sobre bienes y servicios en los términos contemplados en el artículo 14 de la Ley 6/2003.
- Formalización y comparación, según sus características, de las modalidades de contrato más habituales.
- Interpretación de la nómina.
- Análisis del convenio colectivo de su sector de actividad profesional.
- Fuentes básicas del derecho laboral: Constitución, Directivas comunitarias, Estatuto de los Trabajadores, Convenio Colectivo.
- El contrato de trabajo: elementos del contrato, características y formalización, contenidos mínimos, obligaciones del empresario o de la empresaria, medidas generales de empleo.
- Tipos de contrato: indefinidos, formativos, temporales, a tiempo parcial.
- La jornada laboral: duración, horario, descansos (calendario laboral y fiestas, vacaciones, permisos).
- El salario: tipos, abono, estructura, pagas extraordinarias, percepciones no salariales, garantías salariales.
- Deducciones salariales: bases de cotización y porcentajes, IRPF.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato.
- Representación sindical: concepto de «sindicato», derecho de sindicación, asociaciones empresariales, conflictos colectivos, la huelga, el cierre patronal.
- El convenio colectivo. Negociación colectiva.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: externalización, teletrabajo....
- Valoración de necesidad de la regulación laboral.

- Interés por conocer las normas que se aplican en las relaciones laborales de su sector de actividad profesional.
- Reconocimiento de los cauces legales previstos como modo de resolver conflictos laborales.
- Rechazo de prácticas poco éticas e ilegales en la contratación de trabajadores o trabajadoras, especialmente, en los colectivos más desprotegidos.
- Reconocimiento y valoración de la función de los sindicatos como agentes de mejora social.

4.– Seguridad social, empleo y desempleo.

- Análisis de la importancia de la universalidad del sistema general de la Seguridad Social.
- Resolución de casos prácticos sobre prestaciones de la Seguridad Social.
- El sistema de la Seguridad Social: campo de aplicación, estructura, regímenes, entidades gestoras y colaboradoras.
- Principales obligaciones de empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- Acción protectora: asistencia sanitaria, maternidad, incapacidad temporal y permanente, lesiones permanentes no invalidantes, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia.
- Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.
- Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
- Reconocimiento del papel de la Seguridad Social en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- Rechazo hacia las conductas fraudulentas, tanto en cotización como en las prestaciones de la Seguridad Social.

5.– Evaluación de riesgos profesionales.

- Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.
- Análisis de factores de riesgo.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Identificación de los ámbitos de riesgo en la empresa.
- Establecimiento de un protocolo de riesgos según la función profesional.
- Distinción entre accidente de trabajo y enfermedad profesional.
- El concepto de «riesgo profesional».
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.

- Riesgos específicos en el entorno laboral asociado al perfil.
- Daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Interés en la adopción de medidas de prevención.
- Valoración en la transmisión de la formación preventiva en la empresa.

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

- Planificación y sistematización como herramientas básicas de prevención.
- Análisis de la norma básica de PRL.
- Análisis de la estructura institucional en materia de PRL.
- Elaboración de un plan de emergencia en el entorno de trabajo.
- Puesta en común y análisis de distintos planes de emergencia.
- El desarrollo del trabajo y sus consecuencias sobre la salud e integridad humanas.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Agentes intervinientes en materia de PRL y Salud, y sus diferentes roles.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva (Técnico Básico o Técnica Básica en PRL).
- 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.
- Valoración de la importancia y necesidad de la PRL.
- Valoración de su posición como agente de PRL y SL.
- Valoración de los avances para facilitar el acceso a la SL por parte de las instituciones públicas y privadas.
- Valoración y traslado de su conocimiento a los planes de emergencia del colectivo al que pertenece.

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

- Identificación de diversas técnicas de prevención individual.
- Análisis de las obligaciones empresariales y personales en la utilización de medidas de autoprotección.

- Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Análisis de situaciones de emergencia.
- Realización de protocolos de actuación en caso de emergencia.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.
- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Urgencia médica / Primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Tipos de señalización.
- Valoración de la previsión de emergencias.
- Valoración de la importancia de un plan de vigilancia de la salud.
- Participación activa en las actividades propuestas.

Módulo Profesional 13: Formación en Centros de Trabajo

Código: 1617

Curso: 2.º

Duración: 380 horas

A) 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, cumpliendo con el derecho a la igualdad, a la no discriminación, a la integridad moral y a la intimidad de las personas.

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 empresas proveedoras.
- 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 clientela, empresas proveedoras y su relación con los productos de venta.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha participado en la atención comercial e información a la clientela y empresas proveedores, respondiendo a las contingencias.
- b) Se ha asesorado a la clientela 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 a la clientela 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 empresas proveedoras, 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 empresas proveedoras y productos y sobre la propia atención del establecimiento.

g) Se ha valorado el grado de satisfacción de la clientela 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 de la clientela.

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 la clientela de un producto expedido.

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

h) Se ha colaborado en la actualización de inventarios.

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha colaborado en la emisión y tramitación de facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios.

b) Se ha participado en la supervisión de las modificaciones de precios, cualidades de los productos, tiques y facturas configuradas en el Terminal Punto de Venta.

c) Se ha participado en la elaboración de la documentación informatizada de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, aplicando los protocolos establecidos en la empresa.

d) Se ha colaborado en la planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del comercio alimentario.

e) Se han realizado tareas diarias de comprobación de las ventas efectuadas y sus correspondientes cobros, verificando el arqueo de caja.

f) Se han elaborado y presentado documentos comerciales de gestión del comercio alimentario, tales como facturas y emails, aplicando hojas de cálculo y diseños atractivos.

g) Se ha llevado a cabo la orden del pedido de la clientela, comprobando que la documentación se adecúa a lo establecido: productos alimentarios, datos de la clientela, forma de pago, entre otros.

ANEXO III AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

Apartado 1.– Espacios.

| Espacio formativo | Superficie m ² / 30 alumnos o alumnas | Superficie m ² / 20 alumnos o alumnas |
|--------------------------------------|--|--|
| Aula polivalente | 60 | 40 |
| (*) Taller de tienda de alimentación | 210 | 160 |
| (*) Taller de almacén alimentario | 100 | 75 |

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

| Espacio formativo | Equipamiento |
|-----------------------------------|--|
| Aula polivalente. | <ul style="list-style-type: none"> Ordenadores instalados en red. Conexión a Internet. Medios audiovisuales. Programas informáticos específicos del ciclo formativo. Impresora. |
| Taller de tienda de alimentación. | <ul style="list-style-type: none"> Ordenador integrado en la red y con conexión a Internet para la venta online. Cuartos fríos (físicamente delimitados). Obrador de panadería-pastelería (físicamente delimitado). Suelos, paredes, techos, protección de ventanas y desagües según la normativa técnico-sanitaria vigente. Escaparate. Lineales para productos alimenticios no perecederos. Lineales para productos alimenticios perecederos. Vitrinas expositoras con sistema de refrigeración. Mostrador de carnicería/charcutería Mostrador de pescadería. Expositor de frutería. Expositor de bodega. Expositor de productos gourmet. Expositor de panadería/bollería. Mesas y tajos de trabajo para carnicería y charcutería. Fregaderos y lavamanos. Cestas y carros. Carro para el transporte de productos alimentarios. Equipos de protección individual (EPI). Guantes de malla de cinco dedos. Botiquín de primeros auxilios. Teléfonos. Office. Vestuarios. Sanitarios. |

miércoles 7 de julio de 2021

| Espacio formativo | Equipamiento |
|-----------------------------------|--|
| Taller de tienda de alimentación. | Maquinaria del comercio alimentario: <ul style="list-style-type: none">– Terminal de punto de venta (TPV).– Utillaje de carnicería, charcutería, pescadería, verduras y panadería/bollería.– Esterilizadores de cuchillos y utillajes.– Generadores de frío (cámaras de refrigeración, descongelación, abatidores de temperatura, armarios frigoríficos, mesas refrigeradas)– Horno.– Balanzas para pesar.– Cortadoras de fiambre.– Envasadoras al vacío.– Picadoras de carne.– Carros portatalas y su correspondiente juego de latas para hornear.– Mesas de trabajo de acero inoxidable.– Etiquetadora. |
| Taller de almacén alimentario. | Ordenador integrado en la red. Programas de gestión de almacén de alimentos y logística. Estanterías. Cámaras de conservación de alimentos. Dispositivos para residuos. Termómetros. Báscula. Señalizaciones. Cuarto de basura refrigerado |

miércoles 7 de julio de 2021

ANEXO IV AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

PROFESORADO

Apartado 1.– Especialidad del profesorado y atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnica o Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

| Módulo profesional | Especialidad del profesorado | Cuerpo |
|---|---|--|
| 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. | Organización y Gestión Comercial. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| 1607. Mercadotecnia del comercio alimentario. | Organización y Gestión Comercial. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| 1608. Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación. | Procesos Comerciales. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| 1609. Atención comercial en negocios alimentarios. | Organización y Gestión Comercial. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| 1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio. | Cocina y Pastelería. Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| | Profesora especialista o Profesor Especialista | |
| 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados. | Cocina y Pastelería. Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| | Profesora especialista o Profesor Especialista | |
| 1612. Logística de productos alimentarios. | Procesos Comerciales. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios. | Procesos Comerciales. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario. | Procesos Comerciales. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |
| 1615. Gestión de un comercio alimentario. | Organización y Gestión Comercial. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| 1616. Formación y orientación laboral. | Formación y Orientación Laboral. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |

miércoles 7 de julio de 2021

| Módulo profesional | Especialidad del profesorado | Cuerpo |
|--|--|--|
| 0156. Inglés. | Inglés. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| 1617. Formación en Centros de Trabajo. | Organización y Gestión Comercial. | Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. |
| | Procesos Comerciales. Cocina y Pastelería. Operaciones y Equipos de Elaboración de Productos Alimentarios. | Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. |

o cualquier otra especialidad del profesorado que pueda aparecer en normativa reguladora.

Apartado 2.– Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.

| Cuerpo | Especialidad | Titulaciones |
|--|-----------------------------------|--|
| Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria. | Formación y Orientación Laboral. | Diplomada o Diplomado en Ciencias Empresariales. Diplomada o Diplomado en Relaciones Laborales. |
| | | Diplomada o Diplomado en Trabajo Social. Diplomada o Diplomado en Educación Social. Diplomada o Diplomado en Gestión y Administración Pública. |
| | Organización y Gestión Comercial. | Diplomada o Diplomado en Ciencias Empresariales. |
| Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional. | Cocina y Pastelería. | Técnica o Técnico Superior en Dirección de Cocina Técnica o Técnico Superior en Restauración. Técnica o Técnico Especialista en Hostelería. |

o cualquier otra titulación que pueda aparecer en normativa reguladora.

Apartado 3.– Titulaciones requeridas para la impartición de los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada o pública de otras Administraciones distintas a la educativa.

| Módulos profesionales | Titulaciones |
|---|---|
| 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. | Licenciada o Licenciado, Ingeniera o Ingeniero, Arquitecta o Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. |
| 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. | |

miércoles 7 de julio de 2021

| Módulos profesionales | Titulaciones |
|---|---|
| 1611. Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados. | Licenciada o Licenciado, Ingeniera o Ingeniero, Arquitecta o Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. |
| 1612. Logística de productos alimentarios. | |
| 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios. | |
| 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario. | |
| 1615. Gestión de un comercio alimentario. | |
| 1616. Formación y orientación laboral. | |
| 0156. Inglés. | |

o cualquier otra titulación que pueda aparecer en normativa reguladora.

Apartado 4.– 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.

| 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. |

miércoles 7 de julio de 2021

ANEXO V AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

CONVALIDACIONES

Apartado 1.- Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, y los establecidos en el título de Técnica o Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

| | |
|---|---|
| Módulos profesionales de cualquier ciclo formativo (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Comercio (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones Agrarias Extensivas (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una explotación agraria familiar. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones Ganaderas (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una explotación agraria familiar. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Explotaciones Agrícolas Intensivas (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una explotación agraria familiar. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Jardinería (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una explotación agraria familiar. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |

miércoles 7 de julio de 2021

| | |
|--|---|
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio en Trabajos Forestales y de Conservación del Medio Natural (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una explotación agraria familiar. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación de Actividades Físicas y Deportivas (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una pequeña empresa de actividades de tiempo libre y socioeducativas. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación Sociocultural (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una pequeña empresa de actividades de tiempo libre y socioeducativas. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior en Animación Turística (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una pequeña empresa de actividades de tiempo libre y socioeducativas. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior en Gestión y Organización de Empresas Agropecuarias (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una empresa agraria. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior en Gestión y Organización de los Recursos Naturales y Paisajísticos (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Organización y gestión de una empresa agraria. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Ciclo formativo completo (LOGSE 1/1990) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
| Grado Medio en Gestión Administrativa. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |

miércoles 7 de julio de 2021

Apartado 2.- Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, y los establecidos en el título de Técnica o Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios.

| Módulos profesionales de títulos. (LOE 2/2006) | Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) |
|---|---|
| 1227. Gestión de un pequeño comercio. | 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. | 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. |
| Ciclo Formativo completo de Grado Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria. | 1610. Seguridad y calidad alimentaria en el comercio. |
| 0931. Marketing Digital. | 1613. Comercio electrónico en negocios alimentarios. |
| Ciclo Formativo completo de Grado Medio en Actividades Comerciales. | 1615. Gestión de un comercio alimentario. |

Apartado 3.- Convalidaciones entre módulos profesionales establecidos en el título de Técnica o Técnico Comercialización de Productos Alimentarios y los de otros títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo.

| Módulos profesionales del Ciclo Formativo Comercialización de Productos Alimentarios (LOE 2/2006) | Módulos profesionales de títulos. (LOE 2/2006) |
|---|--|
| 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. 1615. Gestión de un comercio alimentario. | 1227. Gestión de un pequeño comercio. |
| 1606. Constitución de pequeños negocios alimentarios. | Empresa e iniciativa emprendedora (Cualquier ciclo formativo). |
| 1607. Mercadotecnia del comercio alimentario. | 1226. Marketing en la actividad comercial. |
| 1609. Atención comercial en negocios alimentarios. | 1234. Servicios de atención comercial. |
| 1609. Atención comercial en negocios alimentarios. 1614. Ofimática aplicada al comercio alimentario. | 0437. Comunicación empresarial y atención al cliente. |
| 1612. Logística de productos alimentarios. | 1228. Técnicas de almacén. |
| 1612. Logística de productos alimentarios. 1615. Gestión de un comercio alimentario. | 1229. Gestión de compras. |
| Ciclo Formativo completo. | 0146. Venta y comercialización de productos alimentarios. |
| Ciclo Formativo completo. | 0413. Comercialización de productos agroecológicos. |

miércoles 7 de julio de 2021

ANEXO VI AL DECRETO 154/2021, DE 22 DE JUNIO

CORRESPONDENCIA DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA CON LOS MÓDULOS PARA SU CONVALIDACIÓN, Y CORRESPONDENCIA DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES CON LAS UNIDADES DE COMPETENCIA PARA SU ACREDITACIÓN

Apartado 1.- Correspondencia de las unidades de competencia que se acrediten de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y la Formación Profesional con los módulos profesionales.

| Unidad de competencia | Módulo profesional |
|--|---|
| 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: Praelaborar 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. |

Apartado 2.- La correspondencia de los módulos profesionales del presente título con las unidades de competencia para su acreditación es la siguiente:

| Módulo profesional | Unidad de competencia |
|--|--|
| 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: Praelaborar y conservar toda clase de alimentos. |