



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y MARKETING**

Programación Didáctica

**GESTIÓN DE UN PEQUEÑO
COMERCIO**

CURSO 2018-2019

Enseñanza cofinanciada por



Fondo Social Europeo

UNIÓN EUROPEA

FSE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

*Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia, según el catálogo nacional de cualificaciones profesionales.

* Competencia general del ciclo.

* Contribución del área al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y la PGA del curso actual.

* Actividades complementarias y extraescolares para este curso.

* Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones

* Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 2016/17

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo

2.3. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

2.4. Metodología

2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.

2.6. Atención a la diversidad.

2.7. Evaluación.

2.8. Planes de recuperación.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO

Este módulo profesional de Gestión de un Pequeño Comercio está incluido en el título de Técnico en Actividades Comerciales aprobado en el Real Decreto 1688/2011 de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

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

Los datos correspondientes al módulo profesional de Gestión de un Pequeño Comercio son tal como sigue:

Nombre: **Gestión de un Pequeño Comercio.**

Código: 1227.

Profesorado: Comercio y Marketing.

Profesor Enseñanza Secundaria: Organización y Gestión Comercial.

Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico de Actividades Comerciales al amparo de la Ley Orgánica 2/2006

LOGSE

. Administración y Gestión de un Pequeño
Establecimiento Comercial.

LOE

1227. Gestión de un Pequeño Comercio.

La Formación Profesional Específica de la familia de Comercio y Marketing se divide en tres modalidades de estudios: Programas de Cualificación Profesional, Ciclo Formativo de grado medio y los Ciclos Formativos de grado superior. Todos ellos orientados y destinados para desempeñar profesiones, ocupaciones y puestos de trabajo específicos en el mundo laboral y productivo.

Por otro lado, las **cualificaciones profesionales del título y unidades de competencia relacionadas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales** son las siguientes:

Cualificación profesional completa:

Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.

Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

Sector productivo

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, e indica que los títulos de formación profesional deben responder a los perfiles profesionales demandados por el sistema productivo.

El marco normativo descrito hace necesario que la ordenación de la formación profesional del sistema educativo responda a las necesidades de la sociedad del conocimiento, basada en la competitividad, la empleabilidad, la movilidad laboral, y en el fomento de la cohesión y la inserción social, adaptándose a los intereses y capacidades de las personas. Se trata de proporcionar a las personas la formación requerida por el sistema productivo y de acercar los títulos de formación profesional a la realidad del mercado laboral.

Así, el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que regula el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas, en el artículo 7 establece el entorno profesional del mismo y, en concreto, delimita que:

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Son trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el Departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el Departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes para los alumnos que adquieren las competencias profesionales del módulo de **Gestión de un pequeño comercio** son los siguientes:

- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.
- Información/atención al cliente.

Competencia general del Ciclo de Actividades Comerciales

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

Contribución del área al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y la PGA del curso actual

La participación del grupo-clase en actividades que el Centro organiza anualmente, tales como navidades, carnavales y la Semana Canaria, donde creemos que el perfil profesional del Técnico en Comercio tiene cabida y participación. Asimismo podría serlo en otras actividades que oportunamente se organicen desde el Centro, tales como jornadas con empresas de FCT, etc.

Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones

Una vez iniciado las clases ordinarias, esta programación quedará sujeta a posibles cambios en su diseño y desarrollo, a partir de las valoraciones realizadas por el alumnado,

departamento y Equipo Educativo, que aconsejen posibles modificaciones. De dichas modificaciones se informará de manera adecuada al alumnado, el cual no podrá resultar, en ningún caso, perjudicado.

Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 2016/17

En la memoria no se mencionan propuestas específicas para este módulo.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

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

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

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

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

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

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

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

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

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

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

➤ La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo.

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo

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

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

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

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

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

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

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

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

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

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

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

- La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias **a), b), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)** del título.

2.3. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social. b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora. c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral. d) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial. e) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente. f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político- legales. g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, los proveedores/suministradores, los intermediarios y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista. i) Se han identificado los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles online.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras. b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente. c) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar. d) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios. e) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio. f) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p>	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p>
<p>1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social. b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora. c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral. d) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial. e) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente. f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales. g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, los proveedores/suministradores, los intermediarios y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista. i) Se han identificado los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles online.

	<p>g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.</p> <p>h) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.</p>
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.</p>	<p>a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.</p> <p>b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.</p> <p>c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.</p> <p>d) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.</p> <p>e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.</p> <p>f) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros.</p> <p>g) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección.</p> <p>h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.</p> <p>i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.</p>
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y los productos y servicios que hay que prestar al cliente. b) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan. c) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p>	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p>
<p>3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras. b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO. c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras. d) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos. e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos. f) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros. g) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección. h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio. i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.

	<p>alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.</p> <p>d) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.</p> <p>e) Se han valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.</p> <p>f) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.</p> <p>g) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p>	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p>
<p>3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.</p>	<p>a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.</p> <p>b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.</p> <p>c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.</p> <p>d) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.</p> <p>e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.</p> <p>f) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros.</p> <p>g) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección.</p> <p>h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.</p> <p>i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes, entre otros. b) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares. c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a los clientes, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientes y los usos y prácticas del sector. d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente. e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro. f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales. g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa. h) Se ha definido el procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio, calculando ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, para detectar y corregir posibles desajustes.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica. b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios. c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas. d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA. e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa. f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento. g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa. b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional. c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para pymes, utilizando la aplicación informática disponible. d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes. e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes. f) Se han cumplimentado las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido. g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades). h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<p>8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.</p>	<ul style="list-style-type: none">a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad.d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.g) Se ha establecido el procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.
--	--

CONTENIDO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

U.T. 1: Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa:

- La empresa: concepto y elementos de la empresa.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa y el empresario.
- Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.
- Características de las pymes.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- El plan de empresa: la idea de negocio.
- Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.
- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.
- Instituciones y organismos competentes en comercio interior.
- Características del pequeño comercio de proximidad.
- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

U.T. 2: Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha:

- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades laborales: anónima y limitada.
- Otras sociedades mercantiles.
- Sociedades cooperativas.
- Sociedades civiles y comunidades de bienes.
- Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.
- Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales.
- Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa.
- La ventanilla única empresarial.

- Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.

U.T. 3: Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio:

- Análisis del macroentorno de la empresa.
- Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).
- Estudio del consumidor/cliente.
- Definición de las características de la tienda.
- Definición de la oferta comercial o surtido de productos.
- Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.
- Elaboración del plan de empresa en el que se incluya: el plan de inversiones básico con indicación de los recursos financieros necesarios y el estudio de viabilidad económico-financiera del comercio (cuentas de resultados básicas a partir de la previsión de ingresos, costes y gastos, márgenes y resultados).

U.T. 4: Elaboración de un plan de inversiones básico:

- Estructura económica y estructura financiera de la empresa.
- Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.
- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.
- Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.
- Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.
- Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.
- Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.
- Selección del suministrador más conveniente.
- Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos.
- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.
- Cálculo de los costes financieros.

U.T. 5: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio:

- Previsión de la demanda.
- Previsión de ingresos y gastos.
- Elaboración de presupuestos.
- Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.
- Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.
- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
- Periodo medio de maduración.
- Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez.
- Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa.
- Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa.
- Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.

U.T. 6: Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago:

- Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas.
- Complimentación y expedición de facturas comerciales.
- Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.
- Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.
 - Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.
- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- Negociación y descuento de efectos comerciales.
- Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.

U.T. 7: Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa:

- Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.
- Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos.
- La contabilidad de la empresa.
- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.

- El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.
- Las cuentas.
- Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- Los libros contables y de registro.
- El Plan General Contable para las pymes.
- Registro de las operaciones. El ciclo contable.
- El resultado del ejercicio.
- Las cuentas anuales.
- El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.
- Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal.
- Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación.
- Declaración–liquidación del IVA.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación.
- El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.
- Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

U.T. 8: Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad:

- Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.
- Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios.
- Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.
- Instrumentos para medir la calidad.
- Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
- Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.
- Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes.
- Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios.
- Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad.

– Plan de calidad del pequeño comercio.

TEMPORALIZACIÓN.

El módulo de Gestión de un pequeño comercio dispone de 160 horas lectivas para su desarrollo en el aula que se distribuyen según la siguiente tabla:

Unidad	HORAS LECTIVAS	TRIMESTRE
<i>Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.</i>	20	1°
<i>Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha</i>	20	
<i>Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio.</i>	20	
<i>Elaboración de un plan de inversiones básico.</i>	20	
<i>Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.</i>	16	
	13	2°
<i>Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago</i>	11	
<i>Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa</i>	20	
<i>Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.</i>	20	

2.4. Metodología

La metodología de trabajo a aplicar estará orientada promover en los alumnos y alumnas:

Su participación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, de forma que mediante la metodología activa se desarrolle su capacidad de autonomía y responsabilidad personales, de creciente importancia en el mundo profesional.

Un enfoque metodológico activo que debe evitar la presentación de soluciones únicas y exclusivas a los problemas o situaciones planteados, que quitan al alumnado la posibilidad del descubrimiento propio. Por el contrario se debe fomentar que los alumnos/as participen en la propuesta de actividades que se programen para trabajar los distintos contenidos, que deben ser desarrollados, a ser posible, desde lo concreto a lo abstracto. De esta forma se contribuye a que, cuando se integran profesionalmente, sepan intervenir activamente en procesos de decisión compartida de forma creativa y positiva, desarrollando un espíritu crítico constructivo y aportando soluciones alternativas.

Construcción de su propio aprendizaje y descubrir su capacidad potencial en relación con las ocupaciones implicadas en el perfil profesional correspondiente, reforzando y motivando la adquisición de nuevos hábitos de trabajo.

El desarrollo de la capacidad para trabajar en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Sin olvidarnos del desarrollo metodológico clásico, cuando sea preciso, que supone la breve exposición de los objetivos y contenidos clave del tema, para que el alumnado pueda aplicar las técnicas de la Gestión de un Pequeño Comercio y desarrollar la actividad profesional, empleando medios audiovisuales y partiendo de los saberes previos del alumnado. Estos conocimientos previos, obviamente, pueden dar lugar a la modificación de la programación para ajustarla a las necesidades del grupo-clase y a su ritmo de aprendizaje de los contenidos previstos.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de creación, administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

La función de creación y gestión de un pequeño establecimiento comercial incluye aspectos como:

- Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
- Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.

- Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.

- Elaboración de presupuestos.
- Gestión del proceso de facturación.
- Gestión de cobros y pagos.
- Gestión económica y control de tesorería.
- Registro y archivo de documentación.
- Registro contable de las operaciones realizadas.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Declaración–liquidación de los impuestos derivados de la actividad.
 - Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La administración y gestión de un pequeño comercio.
 - La gestión de cobros y pagos.
- La gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal.

Modelo de enseñanza

El diseño de las actividades se realizará teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Ofrecer los conocimientos necesarios para que puedan aplicar las técnicas de la Gestión de un Pequeño Comercio en la Actividad Comercial y desarrollar una actividad profesional.
- Al principio de cada UT se realiza una actividad inicial para identificar los conocimientos previos, introducir la UT y, en su caso, reforzar lo ya aprendido.
- Actividades eminentemente prácticas partiendo de lo más general para ir llegando a temas concretos.
- Se pondrá énfasis en que el alumnado vea la aplicación de lo aprendido a la vida real, tanto personal como profesional.
- En cada UT se favorecerá la visión global de los procesos haciendo visible la interrelación entre los diferentes módulos profesionales del ciclo formativo y su importancia en el ámbito laboral. Además, obviamente, se promoverá la interrelación de cada UT y de éstas con el objetivo/eje organizador del módulo.
- En las actividades en grupo se propiciará que el alumnado reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones... mediante la cooperación mutua.

- En todo momento se potenciará en el alumnado actividades de respeto a las medidas de prevención de riesgos y respecto al medio ambiente. Asimismo se promoverá el uso adecuado de las instalaciones y equipos disponibles, tomando conciencia de la importancia del cuidado de los mismos.
- Se fomentará la utilización de las **TIC** desde una perspectiva crítica, valorando sus potencialidades y reconociendo sus limitaciones en el ámbito comercial y personal.

Este apartado, irá en archivo aparte de todas las actividades de la Gestión de un Pequeño Comercio, relacionado con las diferentes unidades temáticas del módulo.

Agrupamientos

Se prevé, desde el principio, acostumbrar al alumno a trabajar en grupo, pues puede aprender de los compañeros tanto o más que del libro. Se presentan tres tipos de actividades:

- 1) Trabajo con el grupo-clase. Son aquellas en que el profesor explica o dirige un contenido o una actividad y todo el grupo participa
- 2) Trabajo en pequeños grupos. Son aquellas actividades que los alumnos resuelven en grupos de 2 a 4 personas. Es importante no agrupar a los alumnos al azar, ni dejarles agruparse por meras simpatías. Los grupos deben ser equilibrados. Nunca se deben formar grupos de alumnos muy buenos o de alumnos muy malos. Debe ser heterogéneo, ya que, todos aprenderán del bueno, pero éste también aprenderá de sus compañeros pues tendrá que buscar la forma de conseguir llevarles a su terreno. También, debe tenerse en cuenta la personalidad de los alumnos. Si ponemos un alumno mediocre y de carácter débil con un alumno bueno y de carácter fuerte, éste hará el trabajo y se despreocupará de su compañero. El segundo, a su vez, apabullado por su compañero, se desentenderá del trabajo pues no lo comprenderá y no se atreverá a preguntar. Una forma de evitar estos riesgos es hacer exponer en clase los resultados del trabajo y nombrar portavoz del grupo al menos brillante.
- 3) Trabajo individual. Son las actividades que los alumnos deben realizar personalmente y solos.

Espacios, recursos y materiales.

➤ AULA 36:

- Esta aula dispone de 20 ordenadores conectados a un servidor común (El alumnado serán dados de alta como usuario y profesor podrá ver en cualquier momento las actividades y trabajos realizado por el alumnado)
- Programas :
 - libre office
- Hay impresoras conectadas, su uso será limitado, procurando corregir las actividades en el aula o grabándolas en soportes como pendrive, CD, etc.
- Esta aula dispone de pizarra digital y proyector para exposición informática.

- Pizarra Veleda.
- Armario para guarda material necesario para realizar diferentes tareas (tijeras, grapadoras, taladradoras, material bibliográfico, documentos compraventas y pago, etc.)

BIBLIOGRAFÍA

- Apuntes elaborado por el profesor.
- Manual de Buenas Prácticas de Gestión para el Autónomo. Gobierno del Principado de Asturias.
- Manual de Buenas Prácticas para el Pequeño Comercio. Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía (CECA). Quality System España S.A.
- Gestión de un Pequeño Comercio. Editorial: Mc Graw-Hill.
- Normativas vigentes.

2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.

El diseño de las Unidades de Trabajo y las actividades correspondientes incluyen la educación en valores, lo que se refleja en la importancia central que se da a las actitudes, evidenciado en la inclusión de un conjunto de actitudes generales a tener en cuenta para todo el módulo profesional, así como en la consideración que en cada actividad se concede a actitudes clave próximas a las competencias básicas y a los valores propios del sector profesional del ciclo formativo. Así, por ejemplo, tal y como se indica al inicio de este apartado de metodología, se hará hincapié en el desarrollo de actitudes orientadas a la participación activa, la adquisición de una visión global y coordinada de los procesos, el aprendizaje autónomo y crítico, así como el trabajo en equipo.

2.6. Atención a la diversidad.

La atención a la diversidad figura como uno de los principios y fines de la LOE de 2006 (artículo 1e) siendo que el Real Decreto 1147/2011 que establece la ordenación de la FP del sistema educativo, en su artículo 3.2 y en la disposición adicional segunda señala la necesidad de garantizar la accesibilidad universal a las enseñanzas de formación profesional.

Así pues se hace necesario que la programación didáctica tenga en cuenta las necesidades individuales que presentan los alumnos que cursan el módulo. Para ello se plantearán actividades de recuperación, refuerzo y ampliación para el alumnado que así lo requiera. En el caso de éste módulo profesional, teniendo en cuenta el carácter eminentemente procedimental de las actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación previstas, será fácilmente posible detectar las necesidades que algunos alumnos presentan así como darles respuesta con prontitud. Por ejemplo se plantea la oportunidad de que alumnos más aventajados en la resolución de tareas sean quienes tutoricen a aquellos que muestran dificultades en el aprendizaje. Ello supondrá ventajas varias, tales como:

- Reconocimiento y refuerzo de lo aprendido para aquellos que ejercen de tutores de alumnos con dificultades.

- Mejora de la motivación para aprender por parte de los alumnos con dificultades, en tanto que son sus propios compañeros quienes les acompañan en el aprendizaje y les ayudan a superar las dificultades.
- Fomento del trabajo colaborativo que cohesionan al grupo y, en última instancia, favorece el ambiente de aprendizaje en el aula-taller.

No obstante, es necesario tener en cuenta lo que indica el artículo 20 del Decreto 156/1996 que regula la FP en Canarias donde se señala, expresamente que, “en ningún caso, la adaptación curricular... podrá afectar a la desaparición de objetivos relacionados con competencias profesionales necesarias para el logro de la competencia general para la que capacita el título”. Es por ello que cualquier adaptación curricular lo será en el marco de las competencias del Título de Actividades Comerciales y en concreto para éste módulo, los objetivos específicos/capacidades/resultados de aprendizaje que hay que garantizar al finalizar el curso para obtener una calificación positiva del mismo.

2.7. Evaluación.

La evaluación será continua, tal y como se establece en la normativa aplicable a la Formación Profesional. Ello supone que se evaluará todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, además del logro de las capacidades/objetivos/resultados de aprendizaje establecidos para el módulo.

En base a ello todas las actividades desarrolladas serán objeto de evaluación, no planteándose, en principio, actividades exclusivamente de evaluación, siendo pues que todas las actividades lo serán de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación será continua, integradora, personalizada, compartida y retroalimentadora.

Integral, ya que no evalúa sólo contenidos conceptuales, sino también y **sobre todo** las habilidades y destrezas procedimentales y las actitudes adquiridas/demostradas.

Continua y **personalizada**, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno o alumna en cada momento.

Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumnado participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.

Retroalimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

Los criterios de evaluación definidos para el módulo son el referente fundamental para valorar, tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje, como el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales, incluidas las competencias básicas, y en última instancia de la competencia general del Título, objetivo último y común de éste y el resto de los módulos del ciclo formativo. Asimismo, y en un nivel

de concreción más próximo a cada Unidad de Trabajo diseñada, los contenidos enunciados para cada UT se erigen como criterios de evaluación de dicha UT.

Las **actitudes** se constituyen, junto con los procedimientos, en parte integrante y fundamental de todo el proceso de aprendizaje, siendo que además de las previstas para cada Unidad de Trabajo y actividades, se prevé hacer especial hincapié en las siguientes actitudes transversales al rol profesional al que está asociado este módulo, y por tanto serán evaluadas de forma conjunta con los otros contenidos previstos:

- Curiosidad por conocer los avances tecnológicos en el uso de aplicaciones ofimáticas y su influencia en la actividad comercial del entorno.
- Realización de búsqueda y análisis de información sobre diferentes aspectos relacionados con la actividad comercial que complemente la información disponible.
- Participación activa y crítica en las discusiones y debates.
- Respeto por las normas de seguridad e higiene, prevención de riesgos laborales, y protección medioambiental, aplicables en las operaciones con ordenadores y sus periféricos, para seguridad de sus clientes y de la suya propia y para la imagen del establecimiento.
- Curiosidad y respeto hacia las ideas, valores y soluciones técnicas aportadas por otras personas.
- Actitud ordenada y metódica en el trabajo, planificando con antelación el desarrollo de las tareas y mostrando iniciativa y persistencia ante las dificultades y obstáculos encontrados.
- Actitud positiva y motivación en su equipo para la ejecución y resolución de las tareas que se proponen, participando solidariamente en las tareas de equipo.

La calificación se establecerá en función de la dificultad que presente cada actividad y su importancia en cuanto la contribución a la consecución del objetivo general del módulo. Con carácter general se evaluarán objetivos referidos a:

- Expresión oral y escrita.
- Compresión.
- Puntualidad y formalización en la entrega de trabajos.
- Asistencia y puntualidad.
- Participación.

En cuanto a los **criterios de calificación** del módulo, si bien en cada Unidad de Trabajo y actividad se establecen las indicaciones relativas a la calificación específica de cada actividad, en términos generales y en coherencia con el enfoque de la programación diseñada, se desarrollará según los siguientes criterios:

1	Contenidos Procedimentales:	30 %
2	Contenidos Actitudinales.	10 %
3	Contenidos Conceptuales:	60 %

Sin perjuicio de la adaptación a las características de cada centro educativo, proponemos la siguiente ponderación para realizar la calificación de los alumnos: la calificación del alumno estará integrada por la suma de los tres tipos de observaciones siguientes, anotadas a lo largo del periodo evaluado:

Conceptos: le corresponde un **60 %** de la nota final. Hacemos referencia a las calificaciones obtenidas en las pruebas objetivas de evaluación, siendo necesario obtener 5 puntos sobre 10 para que pueda promediar.

Las fechas serán propuestas por el profesor y consensuadas en clase. En caso de no existir consenso será el profesor quien decida el calendario de las mismas. Se informará a los alumnos de los criterios de corrección de cada una de las pruebas realizadas en la evaluación.

De las pruebas objetivas, estarán formadas por preguntas sobre cada tema. En las preguntas tipo test, las preguntas mal contestadas restarán puntos, las preguntas no contestadas no cuentan ni positiva ni negativamente.

Se convocarán pruebas de incidencia para atender aquellos alumnos que, previa justificación formal de ausencia (justificante médico, citación judicial o muerte de un familiar directo), no realicen las pruebas en las fechas determinadas.

Los alumnos contarán con la posibilidad de revisar sus exámenes en el día y hora determinados por el profesor y siempre antes de las calificaciones de cada trimestre. Se realizará una prueba objetiva cada dos unidades didácticas, aunque esto puede variar en función de las características y la extensión de las unidades.

Las calificaciones se realizarán en una escala de 10, con la siguiente tabla de equivalencias:

1 a 4,9:	5 a 5,9:	6 a 6,9:	7 a 8,9:	9 a 10:
INSUFICIENTE	SUFICIENTE	BIEN	NOTABLE	SOBRESALIENTE

Las calificaciones se expresarán mediante la escala numérica del 1 a 10, sin decimales. Para aprobar es necesario obtener una calificación de 5 puntos sobre 10. Los errores ortográficos, el desorden, la falta de limpieza en la presentación y la mala redacción, podrán reducir las calificaciones en 1 punto.

Procedimientos: le corresponde el **30 %** de la nota final. Se valorarán las actividades realizadas en clase, los supuestos prácticos, las simulaciones, la elaboración de trabajos monográficos e informes, las exposiciones orales, los comentarios de texto y cualquier trabajo solicitado por el profesor.

Actitudes: le corresponde el **10 %** de la nota final. En este apartado se valora la asistencia a clase, la puntualidad, la participación, el respeto ante terceros y todo lo

que respete a las actitudes que hayamos observado y anotado en nuestro anecdotario.

Para las calificaciones de la evaluación, se tendrá en cuenta que cada una de las partes tiene que estar aprobada para sacar la media de la evaluación, con lo que se pretende que el alumnado considere la importancia de todas las partes y su incidencia en la formación integral del mismo, con la finalidad de la consecución satisfactoria de los contenidos de evaluación.

Para superar cada evaluación, será condición indispensable la valoración positiva de conceptos, procedimientos y actitudes.

Para superar el módulo, en la **evaluación final requerirá de al menos un 50% del total**, así como el alumno o la alumna deberá tener una puntuación mayor o igual al 50% tanto en los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Es imprescindible que la asistencia a clase sea continuada para que el profesorado pueda evaluar las actividades que se hacen diariamente en clase y que constituyen un instrumento más valorativo de la evaluación.

Para la recogida de información que permitirá evaluar cada actividad, y su correspondiente ponderación, se aplicarán las siguientes **Pautas de Observación**:

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- A1. Es puntual en la entrega de trabajos, informes o actividades.
- A2. Es constante en tus tareas. Participa activamente.
- A3. Asiste con puntualidad y regularidad.
- A4. Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bien hecho.
- A5. Es respetuoso/a con las ideas y aportaciones de los demás.
- A6. Se integra bien en diferentes grupos.
- A7. Es solidario/a con las decisiones del grupo.
- A8. Anima y estimula la participación en las actividades propuestas.
- A9. Es crítico/a ante la información que recibe.
- A10. Tiene iniciativa ante problemas que se le plantean.
- A11. Cuida los recursos que utiliza (aula, equipos, materiales), evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.
- A12. Autoevalúa las actividades realizadas con sentido crítico.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- P1. Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- P2. Se expresa con claridad.
- P3. Utiliza vocabulario preciso y con propiedad.
- P4. Redacta con claridad y fluidez.
- P5. Utiliza técnicas y procesos adecuados.
- P6. Presenta documentos, informes y actividades con precisión, orden y limpieza.

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- C1. Comprende adecuadamente las lecturas, relatos e información que recibe.
- C2. Repite información recibida, elaborándola con sus propias palabras.
- C3. Escribe con corrección ortográfica.
- C4. Elabora textos con precisión.

Como instrumentos de evaluación se emplearán tanto las hojas de actividad para la recogida de la información como en hojas de cálculo para realizar las ponderaciones correspondientes, obtener la calificación de cada actividad, así como por adición y ponderación, la calificación final del módulo. No obstante, los resultados así obtenidos serán objeto de análisis para, en su caso, y con la argumentación que corresponda, hacer los ajustes que procedan.

Habrà una prueba objetiva al menos una cada evaluación, que podría ser sin previo aviso, que valora el trabajo en clase (procedimientos) y sin embargo se tendrá en cuenta como contenido.

Cada alumno o alumna estará dado de alta como usuario en los ordenadores instalados en las aulas específicas de la Familia de Comercio y Marketing en el que almacenar la información generada en el módulo, siendo que dicho soporte será el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además de propicia la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada.

2.8. Planes de recuperación.

Para el alumnado que venga con asiduidad a las clases presenciales se tendrá en cuenta los métodos extraordinarios de evaluación siguientes:

En la medida en que sea necesario, y a partir de las necesidades individuales del alumnado, se plantearán actividades de refuerzo, ampliación y recuperación, según los casos, para lo cual serán de referencia tanto el currículo de los diferentes módulos profesionales que componen el ciclo formativo (en caso de necesidades en un ámbito específico) como las propias UT programadas, a las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendo en cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos y alumnas que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a final de curso requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente, con el grado de complejidad que contemplan los criterios de evaluación de cada capacidad. El dominio de las capacidades citadas debe serlo en al menos un 50% de cada una de ellas.

El alumnado que no asistan a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo, etc.) tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo plazo que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo entre alumnado-profesorado sin menoscabo de la legalidad vigente y criterios a tal fin descrito en el Centro.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido el derecho a la evaluación continua por absentismo injustificado deberán realizar las diferentes pruebas teórico-prácticas diseñadas en la fecha acordada por el Departamento y que les lleven a alcanzar los contenidos mínimos establecidos en la programación.

El alumnado que requiera recuperación de algún trimestre/evaluación, en caso de evaluación positiva de las actividades de recuperación realizadas, su nota máxima será de Bien (6) si la recuperación se realiza en el trimestre/evaluación siguiente; y de Suficiente (5) si lo fuera en una convocatoria extraordinaria al final de curso.

Evaluación del alumnado con pérdida de evaluación continua

La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita con carácter conceptual y procedimental y en la realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes a las competencias que el profesorado considerase para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma.

Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado".

Causa de pérdida de evaluación continua:

El modulo de “Gestión de un pequeño comercio “ consta de 8 horas durante el primer y el segundo trimestre , tendrá perdida de evaluación continua el hecho de haber faltado a las clases en un numero igual o superior a 36 horas lectivas. Comunicando con un primer apercibimiento cuando hallan faltado 12 horas lectivas y un segundo apercibimiento cuando tengan 24 horas lectivas, cuando presenten ambos apercibimientos tendrán perdida total del módulo.

Finalmente, en este caso en el que se pierda la evaluación continua los alumnos deberán realizar un trabajo referente a la materia impartida y una prueba escrita que constará de varias preguntas relacionadas con los contenidos programados y una actividad práctica.

Evaluación del alumnado con módulos pendientes:

Teniendo en cuenta que la mayoría del alumnado no puede asistir a clases del módulo de pendiente por tener el mismo horario que los módulos de segundo curso y no hay hora/s asignadas para módulos pendientes, se evaluará de la siguiente manera:

- Se tendrá en cuenta el informe individualizado del alumnado (plan de recuperación personalizado) en el que se indica la valoración del aprendizaje realizado en el curso anterior, el grado de consecución de capacidades y la asignación de las actividades de recuperación.
- El alumnado tendrá que realizar las actividades previstas que deberá entregar en tiempo y forma, controles y exámenes trimestrales en las fechas que se le indique y examen final en la fecha que se publique Jefatura de Estudios.
- El profesorado encargado del módulo realizará un seguimiento del alumnado.

- En caso de que por cualquier motivo no exista un informe individualizado, por ejemplo que el alumnado cursara el primer curso en otra autonomía, el alumnado se evaluará a lo largo de los dos primeros trimestres. Si no se ha presentado o no ha superado el módulo tendrá que ser evaluado nuevamente en la fecha que indique Jefatura de Estudios de la/s parte/s pendientes.
- En todos los casos se tendrá en cuenta la programación del módulo.

La evaluación del alumnado con necesidades educativas especiales presentes en el grupo-clase, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos para el resto de alumnos/as, si bien con la adaptación necesaria a las necesidades educativas especiales del alumno/a concreto, adaptaciones que en ningún caso podrán afectar al dominio de las capacidades terminales previstas en el módulo y, en último término el objetivo del módulo (eje organizador), de acuerdo con lo establecido en el artículo 20 del Decreto 156/1996 que regula la FP en Canarias.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

El grupo de 2º TAC es un grupo homogéneo que el curso pasado realizó el primer curso y lo supero de forma adecuada, que tiene interés e iniciativa por el aprendizaje.

En cuanto a la estructura de los contenidos, éstos se organizan de la siguiente manera:

B l o q u e	UT Asociadas	F i n a l i d a d
Bloque I:	U T 1	<i>Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.</i>
Bloque II:	U T 2	<i>Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.</i>
Bloque III:	U T 3	<i>Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio.</i>
Bloque IV:	U T 4	<i>Elaboración de un plan de inversiones básico.</i>
Bloque V:	U T 5	<i>Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.</i>
Bloque VI:	U T 6	<i>Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago.</i>
Bloque VII:	U T 7	<i>Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa.</i>
Bloque VIII:	U T 8	<i>Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.</i>
UNIDAD DE TRABAJO N° 1 “Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.”		
Duración estimada:		
Contenidos		Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
Contenidos organizadores		Actividad 1.

<p>Contenidos procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consideración del concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social. - Valoración de la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora. - Descripción individual de las funciones básicas de la empresa y análisis de todas en conjunto como un sistema integral. - Reconocimiento del fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial. - Identificación de prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente. - Identificación de los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales. - Descripción de los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, los proveedores/suministradores, los intermediarios y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. - Identificación de las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista. - Identificación de los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles <i>online</i>. 	<p>□ Realización del desarrollo de los trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.</p>
<p>Contenidos actitudinales:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas). - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo. <p>Contenidos soporte (conceptuales):</p> <ul style="list-style-type: none"> - La empresa: concepto y elementos de la empresa. - Funciones y objetivos básicos de la empresa. - La empresa y el empresario: organización de la empresa. - Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios. - Características de las PYMEs. - Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación. - El Plan de Empresa: la idea de negocio y signos identificativos de la empresa. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa. - Relaciones de la PYME con su entorno. - Relaciones de la PYME con el conjunto de la sociedad. - Instituciones y organismos competentes en comercio interior. - Características del pequeño comercio de proximidad. - Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios 	
--	--

UNIDAD DE TRABAJO 2 “Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha”.

Duración estimada:

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<u>Contenidos organizadores</u>	Actividad 1.
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras. - Cálculo de los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente. - Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar. - Selección de la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios. - Consulta de la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio. - Determinación de los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan. - Identificación de las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa. - Cumplimentación la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> □ Realización del desarrollo de los trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
Contenidos actitudinales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas). - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo. <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p>	
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales. - La sociedad mercantil. Tipos de sociedades. - Sociedad anónima. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Sociedad de responsabilidad limitada y de nueva responsabilidad limitada. - Sociedades laborales: anónima y limitada. - Otras sociedades mercantiles. - Sociedades cooperativas. - Sociedades civiles y comunidades de bienes. - Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio. - Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales. - Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa. - La ventanilla única empresarial. - Obligaciones fiscales y laborales de la empresa. - Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa. 	
---	--

UNIDAD DE TRABAJO 3 “Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio”	
Duración estimada:	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<u>Contenidos organizadores</u>	Actividad 1.
<p>Contenidos procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientela y sus hábitos de compra, y los productos que se van a comercializar, entre otras. - Identificación de las fortalezas y debilidades personales, y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO. - Definición la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de la clientela, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras. - Inclusión de un Plan de Inversiones básico que recoja los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos. - Elaboración de una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos. - Inclusión de un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una Cuenta de Resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios, y calculando ratios económico-financieros. - Valoración de la posibilidad de contratar empleados o empleadas en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos o candidatas y el procedimiento de selección. - Valoración de la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste-beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio. - Estudio de la posibilidad de comercialización <i>online</i> y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste 	<ul style="list-style-type: none"> □ Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.

y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado, y los usos y prácticas del sector.

Contenidos actitudinales:

Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).

- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos.
- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

Contenidos soporte (conceptuales):

- Análisis del macroentorno de la empresa.
- Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente o clienta, zona de influencia, perfil de la clientela y competencia.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
- Estudio del consumidor/cliente o consumidora/clienta.
- Definición de las características de la tienda.
- Definición de la oferta comercial o surtido de productos.
- Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.
- La elaboración del plan de empresa que se incluya: el Plan de Inversiones básico con indicación de los recursos financieros necesarios y el estudio de viabilidad económico-financiera del comercio (Cuentas de Resultados básicas a partir de la previsión de ingresos, costes y gastos, márgenes y resultados).

UNIDAD DE TRABAJO 4 “Elaboración de un plan de inversiones básico”.

Duración estimada:

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p>Contenidos organizadores</p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinación de las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientela, y los productos y servicios que hay que prestar al cliente o clienta. - Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan. - Determinación de la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades. 	<p>Actividad 1.</p> <p>□ Elaboración de presupuestos.</p>

<p>- Obtención de información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.</p> <p>- Valoración de las opciones de <i>leasing</i> y <i>renting</i> para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.</p> <p>- Selección de la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.</p> <p>- Selección de las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>- Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).</p> <p>- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.</p> <p>- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</p> <p>Contenidos soporte (conceptuales):</p> <p>- Estructura económica y estructura financiera de la empresa.</p> <p>- Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.</p> <p>- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.</p> <p>- Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una PYME.</p> <p>- Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.</p> <p>- Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.</p> <p>- Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.</p> <p>- Selección del suministrador más conveniente.</p> <p>- Financiación a largo plazo: préstamos, <i>leasing</i>, <i>renting</i> y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos.</p> <p>- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cálculo de los costes financieros. 	
--	--

UNIDAD DE TRABAJO 5 “Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio”	
Duración estimada:	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
Contenidos organizadores	Actividad 1.
<p>Contenidos procedimentales:</p> <p>- Establecimiento del sistema de fijación de los precios de venta en</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Gestión del proceso de facturación. ☐ Gestión de cobros y pagos. ☐ Gestión económica y control de tesorería.

función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes y clientas, entre otros.

- Realización de previsiones de la demanda y los ingresos por ventas, y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares.
- Establecimiento 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.
- Elaboración del calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente.
- Previsión del sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.
- Cálculo de los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.
- Cálculo de los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.
- Definición del procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio, calculando ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, para detectar y corregir posibles desajustes.

Contenidos actitudinales:

- Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Contenidos soporte (conceptuales):

- Previsión de la demanda.
- Previsión de ingresos y gastos.
- Elaboración de presupuestos.
- Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.
- Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.
- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
- Período medio de maduración.
- Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez.
- Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa.
- Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa.
- Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.

UNIDAD DE TRABAJO 6 “Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago”

Duración estimada:

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretación de la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica. - Interpretación de la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios. - Elaboración de facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas. - Realización del registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA. - Cumplimentación y gestión de los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa. - Preparación de remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento. <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de facturas de negociación de efectos comerciales. <p>Contenidos actitudinales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas). - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo. <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas. - Cumplimentación y expedición de facturas comerciales. - Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. <p>Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal. - Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos. - Gestión de cobro de efectos comerciales. - Negociación y descuento de efectos comerciales. <ul style="list-style-type: none"> - Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales. 	<p>Actividad 1.</p> <p>☐ Realización del registro y archivo de documentación.</p>
UNIDAD DE TRABAJO 7 “Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa”	
Duración estimada:	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<u>Contenidos organizadores</u>	Actividad 1.

<p>Contenidos procedimentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las funciones de la contabilidad, y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa. - Diferenciación de las distintas partidas del Balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional. - Elaboración del registro de las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para PYMEs, utilizando la aplicación informática disponible. - Realización del cálculo de la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las PYMEs. - Realización del cálculo de resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las PYMEs. - Cumplimentación de las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido. - Determinación de las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades). - Valoración de la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa. <p>Contenidos actitudinales:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Realización del registro contable de las operaciones realizadas. <input type="checkbox"/> Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales. <input type="checkbox"/> Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad. <input type="checkbox"/> Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa. <input type="checkbox"/> Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el Plan General Contable para las PYMEs. <input type="checkbox"/> Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales. <input type="checkbox"/> Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad. <input type="checkbox"/> Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales. <input type="checkbox"/> Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.
<ul style="list-style-type: none"> - Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas). - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo. <p>Contenidos soporte (conceptuales):</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social. - Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos o trabajadoras autónomas. - La contabilidad de la empresa, su finalidad y características. - El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto. - El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas. - Las cuentas. - Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro. - Los libros contables y de registro. - El Plan General Contable para las PYMEs. - Registro de las operaciones. El ciclo contable y metodología contable. 	

<ul style="list-style-type: none"> - El resultado del ejercicio. - Las Cuentas Anuales. - El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos. - Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal. - Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación. - Declaración-liquidación del IVA. - El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación. - El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación. - Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio. <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable. 	
---	--

UNIDAD DE TRABAJO 8 “Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad”	
Duración estimada:	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<u>Contenidos organizadores</u>	Actividad 1.
Contenidos procedimentales:	<input type="checkbox"/> Realización del control de calidad del servicio prestado al cliente o clienta.
<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación de las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local. - Definición de las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas. - Establecimiento de los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y clientas, y usos del sector, valorando su coste y efectividad. - Fijación de los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor. - Diseño de un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor o consumidora, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV. - Fijación del procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor o consumidora. - Establecimiento del procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos. - Mantenimiento actualizado de las bases de datos de clientes y clientas, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos. 	<input type="checkbox"/> Elaboración de Planes de Calidad del pequeño comercio.

Contenidos actitudinales:

- Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

Contenidos soporte (conceptuales):

- Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.
- Estrategias de calidad en la atención a la clientela en pequeños comercios.
- Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.
- Instrumentos para medir la calidad.
- Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
- Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con la clientela.
- Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.
- Instrumentos para medir el grado de satisfacción de la clientela.
- Normativa de protección del consumidor o consumidora aplicada a pequeños comercios.
- Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad.
 - - Plan de Calidad del pequeño comercio.