



CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO ACTIVIDADES COMERCIALES

Gestión de un pequeño establecimiento comercial

Curso segundo

Gema Crespo Ruiz

2017-2018

Contenido

1. Introducción.....	4
2. El Título de Técnico en Actividades Comerciales.	4
2.1 Identificación.....	4
2.2 Perfil profesional del título.....	4
2.3 Competencia general.....	4
2.4 Competencias profesionales, personales y sociales.....	4
2.5 Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.....	6
2.6 Entorno profesional.....	6
2.6 Objetivos generales del ciclo formativo.....	7
3. Módulo Profesional: Gestión de un pequeño comercio.....	10
3.1 Objetivos generales del módulo.....	10
3.2 Competencias del módulo.....	11
3.3 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.....	11
4. Contenidos.....	16
4.1 Estructura de los contenidos.....	16
4.2 Relación entre Bloques de contenidos y Resultados de Aprendizaje.....	20
4.3 Relación secuencial de Unidades de Trabajo.....	22
4.4 Temporalización.....	23
4.5 Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma.....	24
4.6 Relación de Unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.....	25
5. Metodología.....	26
5.1 Aspectos generales.....	26
5.2 Consideraciones metodológicas.....	27
5.3 Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación.....	27
5.4 Recursos didácticos.....	28
6. Medidas de atención a la diversidad.....	28
7. Programación de las unidades de trabajo.....	28
7.1 Unidad de trabajo 0: Presentación del módulo.....	30
7.2 Unidad de trabajo 1: Empresa, empresario y emprendedor.....	31
7.3 Unidad de trabajo 2: ¿Tenemos una idea?.....	34
7.4 Unidad de trabajo 3: La financiación en la empresa.....	37
7.5 Unidad de trabajo 4: La elección de la forma jurídica.....	39
7.6 Unidad de trabajo 5: Los trámites para constituir la empresa.....	41
7.7 Unidad de trabajo 6: La contabilidad en nuestra empresa.....	43
7.8 Unidad de trabajo 7: El análisis de la información contable.....	46
7.9 Unidad de trabajo 8: El personal en la empresa.....	48
7.10 Unidad de trabajo 9: La fiscalidad en la empresa I.....	50
7.11 Unidad de trabajo 10: La fiscalidad de la empresa II.....	52

7.12 Unidad de trabajo 11: Documentación necesaria en una empresa.	54
7.13 Unidad de trabajo 12: La atención al cliente.	56
8. Procedimientos e instrumentos de evaluación.	58
8.1 El proceso de evaluación.	58
8.2 Instrumentos de evaluación.	58
8.3 Pruebas objetivas.	59
8.4 Ejercicios prácticos.	59
8.5 Asistencia a clase.	59
9. Criterios de calificación.	60
10. Recuperación de evaluaciones pendientes.	60
10.1 Recuperación del módulo tras la primera evaluación final.	61
Contenidos básicos:	62
10.2 Actividades extraescolares y complementarias.	62

1. Introducción.

El título de “Técnico en Actividades Comerciales” y sus enseñanzas mínimas se regula por el RD 1688/2011, de 18 de noviembre, de conformidad con el RD 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

La Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria

El módulo “Gestión de un pequeño comercio” (código 1227) se imparte en el ciclo de grado medio de Actividades Comerciales. Este módulo profesional contiene la formación necesaria para 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.

2. El Título de Técnico en Actividades Comerciales.

2.1 Identificación.

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 b.

2.2 Perfil profesional del título.

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

2.3 Competencia general.

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.

2.4 Competencias profesionales, personales y sociales.

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.

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

1. 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.

2. 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 del 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.

2.6 Entorno profesional.

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.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de 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 son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

2.6 Objetivos generales del ciclo formativo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

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

3. Módulo Profesional: Gestión de un pequeño comercio.

Módulo profesional	Gestión de un pequeño comercio
Código	1227
Ciclo formativo	Actividades Comerciales
Grado	Medio
Familia Profesional	Comercio y Marketing
Duración	160 horas
Curso	Segundo
Especialidad del profesorado	Organización y Gestión Comercial
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

3.1 Objetivos generales del módulo.

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:

- 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.
- 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.

3.2 Competencias del módulo.

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

- 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.
- 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.

3.3 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.
- g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- h) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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 alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.
- 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.
- 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.

f) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.

g) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.

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.

Criterios de evaluación:

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.

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.

Criterios de evaluación:

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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.

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.

Criterios de evaluación:

- 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.

4. Contenidos

4.1 Estructura de los contenidos.

Los contenidos fijados por la Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria se estructuran en ocho bloques:

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.
 - La iniciativa emprendedora como fuente de creación de empleo.
 - La actuación de los emprendedores como empresarios.
 - Requisitos necesarios para el ejercicio de la actividad empresarial.
 - La actuación de los emprendedores como empleados de una pyme.
- 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.
- Ventajas e inconvenientes frente a las grandes superficies y otras formas de distribución.
- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

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.
 - Características.
 - Responsabilidad.
 - Órganos de gestión.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
 - Características.
 - Responsabilidad.
 - Órganos de gestión.
- Sociedades laborales: anónima y limitada.
 - Características.

- Responsabilidad.
- Órganos de gestión.
- Otras sociedades mercantiles.
- Sociedades cooperativas.
 - Características.
 - Responsabilidad.
 - Gestión.
- 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.
 - Documentación, licencias y autorizaciones.
 - Organismos donde se tramitan.
- La ventanilla única empresarial.
- Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.

3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio: cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal.

- Análisis del mercado y del 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): análisis de las fortalezas y debilidades del empresario-emprendedor y de las oportunidades y amenazas del mercado y el entorno.
- Estudio del consumidor/cliente:
 - características de la clientela,
 - motivaciones y hábitos de compra.
- Definición de las características de la tienda. Elaboración del plano del local.
- Definición de la oferta comercial o surtido de productos.
 - Variables que hay que tener en cuenta para su determinación.
- Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.
- Personal necesario.
- Incorporación de las tecnologías de la información y comunicación.
- 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).

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 de alquiler: calidad, precio, condiciones de pago y financiación, y plazos de entrega.
- Selección del suministrador más conveniente.
- Elaboración de documentos de la compra y alquiler de activos fijos, utilizando herramientas informáticas: formulación de pedidos y elaboración de contratos.
- 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 y negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.
- Negociación con las entidades financieras para la obtención de recursos financieros.
- Fianzas y garantías exigidas por los bancos y entidades financieras.
- Cálculo de los costes financieros.
- Evaluación de distintas alternativas financieras, teniendo en cuenta los costes y los requisitos y garantías exigidas.
- Manejo de la hoja de cálculo para determinar los costes financieros y la amortización de préstamos.

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 los costes y el 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: calendario de cobros y pagos, ajustes y desajustes de liquidez.
 - Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones y renegociación de las condiciones de pago.
- 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.
- Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y para el análisis económico-financiero de la empresa.

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

- Facturación de las ventas: características y 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.
 - 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.
- Elaboración de facturas de negociación de efectos comerciales.
- Gestión de impagados.

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. Objetivos. Obligaciones contables.

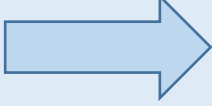
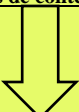
- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
- El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.
- Las cuentas. Terminología, funcionamiento y estructura.
- Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- Los libros contables y de registro.
- El Plan General Contable para las pymes.
- Registro de las operaciones. El ciclo contable.
- El resultado del ejercicio: Resultado contable y resultado fiscal.
- Las cuentas anuales: cuenta de pérdidas y ganancias, balance desituación, estado de cambios en el patrimonio neto y memoria.
- 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.
 - Sujeto pasivo. IVA devengado. IVA deducible. Obligaciones fiscales.
 - Declaración-liquidación del IVA.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
 - Modalidades de tributación. Sujeto pasivo. Rendimientos sujetos y gastos deducibles.
 - Base imponible. Cuota tributaria. Declaración-liquidación del impuesto.
- El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación. Sujeto pasivo.
- Cuenta de resultados. Base imponible. Base liquidable. Tipos de gravamen. Cuota impositiva. Declaración-liquidación del impuesto.
- Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

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 por menor.
- Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
 - Actualización periódica de la información al cliente en el punto de venta.
 - Verificación de la identidad del cliente en los cobros con tarjeta.
- Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.
 - Hojas de reclamaciones, cumplimentación y tramitación.
- Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes.
- Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios.
- Arbitraje en materia de consumo. Las juntas arbitrales de consumo.
- 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.

Del análisis de los contenidos se desprende que las capacidades implícitas en el procedimiento, pueden ser tratadas de forma individual, segmentando el proceso de aprendizaje en parcelas claramente diferenciables, aunque relacionadas para la consecución de los objetivos finales.

4.2 Relación entre Bloques de contenidos y Resultados de Aprendizaje

Resultados de aprendizaje 	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.
Bloques de contenidos 								
1. Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.	X							
2. Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.		X						
3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio: cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal.			X					
4. Elaboración de un plan de inversiones básico.				X				
5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.					X			
6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago.						X		
7. Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa.							X	

8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.								X
--	--	--	--	--	--	--	--	---



4.3 Relación secuencial de Unidades de Trabajo.

La programación que se propone se establece mediante una secuencia de aprendizaje de unidades de Trabajo, en la cual existe una conexión entre todas las partes que la conforman.

Los contenidos presentados están organizados en bloques. Es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo, así como que no se ha de confundir “bloque de contenidos” con “unidad didáctica”. Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional, y que se considera debe formar parte del alumnado.

En este módulo se utilizan los tratamientos de texto, los gráficos, las bases de datos, las presentaciones y otras aplicaciones informáticas como herramientas de trabajo, también utilizadas en otros módulos del ciclo. Esto hace que sea conveniente dedicar las primeras horas del curso a la impartición de esas herramientas, en los módulos que correspondan, con el fin de conocer su manejo, para el desarrollo de los apartados procedimentales en cada módulo durante el curso.

Se empezará con una unidad que ha de ser fundamentalmente de presentación y que ubique al alumnado, como técnico en actividades comerciales, en el ámbito en el que tendrá que desenvolverse, sus actividades y relaciones con otros módulos del ciclo.

En el presente módulo, los resultados de aprendizaje tienen relación con los ocho bloques de contenidos expuestos con anterioridad y aunque otras opciones son posibles, podría recomendarse la secuenciación que a continuación se detalla.

Establecida una visión global ordenada y jerarquizada, tanto de los procedimientos y conceptos que se van a estudiar como de los aspectos actitudinales implícitos, el módulo se puede organizar en doce Unidades de Trabajo:

- Unidad 0. Presentación.
- Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.
- Unidad 2. ¿Tenemos una idea?
- Unidad 3. La financiación en la empresa.
- Unidad 4. La elección de la forma jurídica.
- Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.
- Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.
- Unidad 7. El análisis de la información contable.
- Unidad 8. El personal en la empresa.
- Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)
- Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)
- Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.
- Unidad 12. La atención al cliente.

Total de horas asignadas al módulo: 160 horas.

Se hace imprescindible la coordinación del equipo de profesoras y profesores que imparten módulos que recogen los mismos contenidos, con el fin de evitar solapamientos entre los distintos módulos del ciclo.

Asimismo, será objeto de este módulo el estudio en profundidad de aquellas herramientas específicas que son necesarias para llevar a cabo la gestión de un establecimiento comercial, si no han sido estudiadas en el módulo 1233. “Aplicaciones informáticas para el comercio” u otros.

4.4 Temporalización.

En consonancia con los acuerdos de la Comisión de Coordinación Pedagógica del Centro, los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de cada uno de los dos trimestres naturales del curso. Se realizarán dos sesiones de evaluación, que se llevarán a cabo en los días anteriores al período de vacaciones de Navidad y en marzo. La distribución de los contenidos a lo largo de los trimestres en que se deben impartir se ha realizado teniendo en cuenta estas premisas:

1. Introducir al alumno en el aprendizaje de nuevos conceptos relacionados con la empresa y el pequeño negocio comercial.
2. Alternar los conceptos teóricos con un aprendizaje eminentemente práctico, que ha de contemplar para su realización contenidos y conceptos de distintos bloques temáticos.

Primera evaluación:

Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.

Unidad 2. ¿Tenemos una idea?

Unidad 3. La financiación en la empresa.

Unidad 4. La elección de la forma jurídica.

Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.

Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.

Unidad 7. El análisis de la información contable.

Segunda evaluación:

Unidad 8. El personal en la empresa.

Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)

Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)

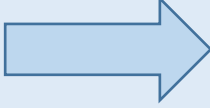

Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.

Unidad 12. La atención al cliente.

4.5 Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma.

BLOQUE DE CONTENIDOS								UNIDADES DE TRABAJO SECUENCIADAS	HORAS	CRONOLOGÍA						
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8			S	O	N	D	E	F	M
								Unidad 0. Presentación.	2	2						
X								Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.	12	10	2					
		X		X				Unidad 2. ¿Tenemos una idea?	12		12					
			X					Unidad 3. La financiación en la empresa.	12		12					
	X							Unidad 4. La elección de la forma jurídica.	12		6	6				
		X				X		Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.	12			12				
						X		Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.	16			14	2			
				X				Unidad 7. El análisis de la información contable.	16				16			
		X				X		Unidad 8. El personal en la empresa.	12				6	6		
						X		Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)	15				15			
						X		Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)	15				1	14		
					X			Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.	12						12	
							X	Unidad 12. La atención al cliente.	12						6	6
TOTALES									160	12	32	32	24	22	32	6

4.6 Relación de Unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.

Resultados de aprendizaje 	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.	RA 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.
Unidades de Trabajo 								
1.-Empresa, empresario y emprendedor.	X							
2.-¿Tenemos una idea?			X		X			
3.-La financiación en la empresa.				X	X			
4.-Le elección de la forma jurídica.		X						
5.-Los trámites para constituir la empresa.			X					
6.-La Contabilidad en la empresa.							X	
7.-El análisis de la información contable.							X	
8.-El personal en la empresa.			X					
9.-La fiscalidad en le empresa I.						X	X	
10.-La fiscalidad en la empresa II.						X	X	
11.-Documentación necesaria en una empresa.						X		
12.-La atención al cliente.								X

5. Metodología

5.1 Aspectos generales.

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir un soporte para el desarrollo de los procedimientos y, por tanto, conseguir el logro de los resultados del aprendizaje. Se abordarán con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo. Por tanto, se debe evitar la pretensión de que el alumnado aprenda contenidos y trabajarlos en los procedimientos en que se aplican. Las actividades que se programen deberán ir dirigidas, en todo momento, al logro de los resultados de aprendizaje y no deberán emprenderse acciones encaminadas a otros logros.

Gran parte de los procedimientos señalados se deben ubicar en supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del centro, o en el estudio de casos cuyo grado de definición establecerá la complejidad de aquellos. El objetivo es implicar al alumnado en la toma de decisiones gradualmente más complejas a medida que va adquiriendo nuevos conocimientos, por lo que se le puede exigir una mayor responsabilidad.

Las acciones educativas tendrán que tener como objeto la aplicación de los conceptos en procedimientos. Existen numerosos modos de llevar a la práctica los contenidos, pero en este módulo resulta extraordinariamente útil el estudio de casos prácticos.

El estudio de casos permite simular situaciones reales, en las que el alumnado deberá realizar procesos en los que intervendrán los contenidos programados.

Con la aportación de las TIC, la tarea de preparación de dichos casos se agiliza enormemente, siendo posible la obtención de documentos, expedientes, información necesaria para la simulación de procedimientos administrativos reales vía Internet. A partir de ese conjunto de informaciones, la elaboración de los casos y su resolución no resulta excesivamente costosa.

Por otro lado, en ocasiones, será precisa la asimilación previa de los contenidos necesarios para enfrentarse con éxito al estudio de casos, y, por ello, será necesaria la actuación en otros escenarios, como pudieran ser: la exposición, la instrucción, el aprendizaje por descubrimiento, la investigación, etc.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura conceptual se aconseja realizarlo utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado, evitando, en lo posible, la utilización de métodos expositivos.

A este respecto, conviene indicar que la alternativa de los escenarios permitirá un desarrollo más dinámico del aprendizaje, dado que, de este modo, conseguiremos mantener la atención del alumnado y aprovecharemos al máximo las posibilidades de aprendizaje.

Para motivar a la clase, se ubicarán en nuestro entorno geográfico las empresas más significativas en relación a este módulo, visitando alguna de ellas y describiendo su funcionamiento general. Será conveniente contemplar actividades que consoliden la motivación y el interés del alumnado, como realización de debates sobre actividades más importantes, perfil profesional, incorporación al mundo laboral.

Por último, debemos señalar que las actividades que más contribuyen al aprendizaje significativo son las globales, que integran el mayor número de contenidos posibles.

5.2 Consideraciones metodológicas.

Es conveniente impartir el módulo de Gestión de un pequeño comercio conforme a las siguientes consideraciones metodológicas:

- Fundamentar el proceso de enseñanza-aprendizaje en contenidos conceptuales.
- Consolidar el proceso de enseñanza-aprendizaje utilizando contenidos procedimentales.
- Conseguir la participación activa del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Compaginar actividades grupales con actividades individuales.
- Utilizar recursos motivadores, que tengan en consideración los intereses y necesidades de los alumnos.

Se sugieren las siguientes formas metodológicas para la impartición de las unidades:

- Explicaciones breves y esquemáticas de los contenidos.
- Ejemplificación con casos prácticos.
- Resolución de actividades utilizando diferentes fuentes y recursos bibliográficos y herramientas tecnológicas.
- Hacer hincapié en la importancia de afrontar las actividades consultando y cumpliendo la normativa vigente y las reglas o instrucciones de trabajo facilitadas.
- Utilización de equipos y aplicaciones informáticas.

Participación activa del alumno en las clases en las que se combinan las explicaciones teóricas con supuestos prácticos, tratando de emplear en la medida de lo posible nuevas tecnologías, tanto en la búsqueda de información como en el uso de estas como canal de comunicación; y también para la elaboración y presentación de documentos escritos de diferente naturaleza.

5.3 Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación.

- Realización del desarrollo de los 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.
- Realización del registro y archivo de documentación.
- Realización del 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.
- Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el Plan General Contable para las PYMEs.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.
- Realización del control de calidad del servicio prestado al cliente o clienta.
- Elaboración de Planes de Calidad del pequeño comercio.

5.4 Recursos didácticos.

Los recursos didácticos que se aconseja emplear durante el curso son:

- Libro de texto.
- Equipos y programas informáticos.
- Proyector.

6. Medidas de atención a la diversidad

Se aplicará una metodología que lleve al alumnado a asimilar los conceptos básicos necesarios, reduciendo al máximo la simple memorización y que permita realizar la práctica correspondiente.

Las explicaciones impartidas en el aula se presentarán junto con el desarrollo de actividades prácticas que optimicen el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades se establecerán en grado creciente de dificultad, de manera que la ejecución de una sirva de base para la siguiente y, además, sirva al alumno y al profesor como indicador para conocer el grado de consecución de los objetivos.

La diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene en mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional. También hay, aunque muy pocos casos, alumnos/as con algún tipo de discapacidad.

Las medidas para atender a la diversidad del alumnado serán las siguientes:

- Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:
 - Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presente un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.
 - Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos, se le plantearán actividades de refuerzo.
- Cuando el módulo profesional sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas, los criterios y los procedimientos de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.
 - En caso de concurrir en algún alumno/a la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias en relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.

Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban recuperar conceptos que no dominan. También se facilitará al alumno que no supere la evaluación del módulo la recuperación del mismo, con actividades complementarias y nuevas pruebas orales o escritas, para que pueda demostrar que ha adquirido las capacidades terminales y los objetivos programados.

7. Programación de las unidades de trabajo.

A continuación se programan las distintas unidades de trabajo que sirven para analizar exhaustivamente los contenidos incluidos en el módulo de Gestión de un pequeño comercio.

Cada unidad de trabajo se estructura presentando varios apartados:

Título, indicador de los aspectos trabajados en la unidad.

Objetivos didácticos.

Esquema de la unidad.

Contenidos.

Criterios de evaluación.

Duración.

7.1 Unidad de trabajo 0: Presentación del módulo.

Objetivos.

- Conocer la planificación global del desarrollo del módulo, así como a los miembros del grupo.
- Comprender los criterios que serán considerados y aplicados en la gestión del proceso formativo.
- Identificar los derechos y obligaciones como estudiante, en relación con el módulo.
- Comprender las principales interrelaciones que se dan entre las unidades didácticas del módulo y entre este y los demás.
- Identificar los propios conocimientos en relación con los que se deben alcanzar en el módulo.

Contenidos.

Conceptuales

- Cualificaciones que constituyen el ciclo y relación con el módulo.
- Contribución del módulo a logro de los objetivos del ciclo.
- Objetivos del módulo.
- Criterios de evaluación del módulo y de las unidades didácticas.

Procedimentales

- Análisis de las relaciones existentes entre los módulos del ciclo.
- Valorar la importancia de lograr un consenso en relación con los comportamientos deseados por parte de todos los componentes del grupo.
- Normas y criterios a seguir en el desarrollo del módulo.

Duración: 2 horas.

7.2 Unidad de trabajo 1: Empresa, empresario y emprendedor.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Conocer el concepto de cultura emprendedora y valorar su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.
- Valorar la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Aprender las funciones básicas de la empresa y analizarlas todas en conjunto como un sistema integral.
- Identificar los principales elementos del entorno general de la empresa.
- Conocer los factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales que afectan a la empresa.
- Conocer 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.
- Identificar las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.
- Saber qué organismos públicos y privados proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios.
- Identificar los servicios que prestan y los recursos disponibles online para la creación de empresas.

Esquema de la unidad

- Introducción.
- La empresa.
- El empresario y el emprendedor.
- Formas de organización de la empresa.
- La relación de la empresa con el resto de la sociedad.
- El pequeño comercio de proximidad.
- Organismos de ayuda y normativa aplicable a los pequeños comercios.

Contenidos

Procedimentales

- 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 online.

Conceptuales

- 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.
- 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.

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.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.
- Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.
- Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.
- 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.
- Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.

- 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.

Duración: 12 horas.

7.3 Unidad de trabajo 2: ¿Tenemos una idea?

RA 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.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Identificar las ventajas y desventajas de trabajar por cuenta propia o trabajar para una empresa
- Identificar los factores a tener en cuenta a la hora de crear una empresa
- Conocer todos los apartados de un plan de negocio o empresa.
- Aprender diferentes fuentes de generación de ideas.
- Determinar 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.
- Reconocer las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.
- Determinar 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.
- Aprender a confeccionar un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios
- Calcular los precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.
- Realizar previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos.
- Confeccionar un presupuesto de una empresa

Esquema de la unidad

- Introducción.
- Ventajas e inconvenientes de ser empresario o trabajar para una empresa.
- Factores que deben tenerse en cuenta a la hora de crear una empresa y elegir el modelo de negocio.
- El plan de negocio.
- La idea.
- Determinación del surtido de productos y establecimiento de precios.
- La ubicación del local comercial.
- El estudio de mercado y el análisis DAFO.
- Elaboración del presupuesto de la empresa.

Contenidos

Procedimentales

- 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 online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos y el impacto esperado.

Conceptuales

- 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).

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se han identificado las ventajas y desventajas de trabajar por cuenta propia o trabajar para una empresa
- Se han identificado los factores a tener en cuenta a la hora de crear una empresa
- Se han identificado todos los apartados de un plan de negocio o empresa.
- Se han identificado diferentes fuentes de generación de ideas.
- 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.
- Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.
- 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.
- Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios
 - Se han determinado los precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.
 - 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.
 - Se ha confeccionado un presupuesto de una empresa.

Duración: 12 horas.

7.4 Unidad de trabajo3:La financiación en la empresa.

RA 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.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Determinar las necesidades de la tienda, local, mobiliario y equipos, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y los productos y servicios que hay que prestar al cliente.
- Diferenciar entre la financiación propia y la ajena.
- Obtener 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.
- Valorar las diferentes opciones para financiar la adquisición de los equipos.
- Valorar las diferentes formas de financiar las operaciones corrientes de la empresa.
- Saber seleccionar la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.
- Obtener información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.
- Calcular el coste de algunos productos de financiación bancaria.

Esquema de la unidad

- Introducción.
- Fuentes de financiación propias y ajenas.
- Cálculo de los costes de cada tipo de financiación.
- Criterios de evaluación

Contenidos

Procedimentales

- 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.
- 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.
- Valoración de las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.
- Selección de la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.
- Selección de las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad

Conceptuales

- 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.

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- 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.
- Se ha diferenciado entre la financiación propia y la ajena.
- 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.
- Se han valorado las diferentes opciones para financiar la adquisición de los equipos.
- Se han valorado las diferentes formas de financiar las operaciones corrientes de la empresa.
- Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.
- Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.
- Se ha calculado el coste de algunos productos de financiación bancaria.

Duración: 12 horas.

7.5 Unidad de trabajo 4:La elección de la forma jurídica.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Identificar los factores a tener en cuenta a la hora de la elección de la forma jurídica.
- Conocer 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.
- Diferenciar las empresas sin personalidad jurídica propia.
- Diferenciar las empresas con personalidad jurídica propia.
- Valorar los diferentes factores estudiados para seleccionar 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.
- Ser capaz de decidir la forma jurídica más apropiada para nuestra empresa.
- Identificar los diferentes órganos de las sociedades
- Consultar la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.

Esquema de la unidad

- Introducción.
- Factores que deben tenerse en cuenta para la elección de la forma jurídica.
- Persona física frente persona jurídica.
- Empresas sin personalidad jurídica propia.
- Empresas con personalidad jurídica propia.

Contenidos

Procedimentales

- 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.

Conceptuales

- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.

- Sociedad anónima.
- 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.

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se han identificado los factores a tener en cuenta a la hora de la elección de la forma jurídica.
- 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.
- Se ha diferenciado las diferentes empresas sin personalidad jurídica propia.
- Se ha diferenciado las diferentes empresas con personalidad jurídica propia.
- Se han valorado los diferentes factores estudiados para seleccionar 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.
- Se han identificado los diferentes órganos de las sociedades
- Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.

Duración: 12 horas.

7.6 Unidad de trabajo 5: Los trámites para constituir la empresa.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Determinar los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha de una empresa con forma jurídica de empresario individual y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- Determinar los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha de una empresa con forma jurídica de sociedad limitada y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- Determinar los trámites comunes a ambas formas jurídicas.
- Cumplimentar la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.
- Calcular los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- Conocer el proceso de creación telemática de la empresa.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Forma jurídica de empresario individual
- Forma jurídica de sociedad limitada
- Otros trámites
- Creación telemática de la empresa

Contenidos

Procedimentales

- 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.
- 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 de la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.

Conceptuales

- 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.

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha de una empresa con forma jurídica de empresario individual y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha de una empresa con forma jurídica de sociedad limitada y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.
- Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- Se ha aprendido el proceso de creación telemática de la empresa.

Duración: 12 horas.

7.7 Unidad de trabajo 6: La contabilidad en nuestra empresa.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Valorar la importancia de la llevanza de contabilidad en una empresa.
- Identificar que empresas tendrán la obligación de llevar o no contabilidad.
- Diferenciar las distintas partes del PGC de 2007.
- Identificar las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios que debe llevar la empresa.
- Aprender la estructura de los libros contables obligatorios.
- Distinguir las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.
- Conocer como calcular la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes.
- Calcular el resultado del ejercicio.
- Aprender las Cuentas Anuales y que información contiene cada una de ellas, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.
- Conocer las obligaciones contables y como cumplirlas.
- Diferenciar el concepto de gasto frente al de inversión.
- Aprender el ciclo contable completo de la empresa.
- Valorar la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Obligación de llevanza de contabilidad en nuestra empresa
- El plan general contable
- Las obligaciones contables de la empresa
- El patrimonio de la empresa
- Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro
- El ciclo contable completo de la empresa

Contenidos

Procedimentales

- 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.

Conceptuales

- 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.
- 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.

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.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se ha valorado la importancia de la llevanza de contabilidad en una empresa.
- Se han identificado que empresas tendrán la obligación de llevar o no contabilidad.
- Se ha diferenciado las distintas partes del PGC de 2007.
- Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios que debe llevar la empresa.
- Se ha conocido la estructura de los libros contables obligatorios.
- Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.
- Se ha conocido como calcular la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes.
- Se ha calculado el resultado del ejercicio.

- Se ha conocido las Cuentas Anuales y que información contiene cada una de ellas, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.
- Se han conocido las obligaciones contables y como cumplirlas.
- Se ha diferenciado el concepto de gasto frente al de inversión.
- Se ha conocido el ciclo contable completo de la empresa.
- Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.

Duración: 16 horas.

7.8 Unidad de trabajo 7: El análisis de la información contable.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Definir el procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio.
- Calcular los diferentes ratios para analizar la rentabilidad de la empresa.
- Calcular los diferentes ratios para analizar el endeudamiento de la empresa.
- Analizar a la empresa en función de los resultados de los ratios anteriores.
- Calcular el umbral de rentabilidad de la empresa.
- Calcular el periodo medio de maduración.
- Saber interpretar el resultado del periodo medio de maduración
- Calcular el fondo de rotación
- Saber interpretar correctamente el resultado del fondo de rotación
- Saber dar soluciones ante posibles situaciones desfavorables para la empresa debido al análisis de los diferentes indicadores.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Organización del balance para su análisis a partir del balance de las cuentas anuales
- El fondo de rotación
- Los ratios económico-financieros básicos
- El periodo medio de maduración
- El umbral de rentabilidad

Contenidos

Procedimentales

- 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.

Conceptuales

- 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.

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se ha definido el procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio.

- Se han calculado los diferentes ratios para analizar la rentabilidad de la empresa.
- Se han calculado los diferentes ratios para analizar el endeudamiento de la empresa.
- Se ha analizado a la empresa en función de los resultados de los ratios anteriores.
- Se ha calculado el umbral de rentabilidad de la empresa.
- Se ha calculado el periodo medio de maduración.
- Se ha sabido interpretar el resultado del periodo medio de maduración
- Se ha calculado el fondo de rotación
- Se ha sabido interpretar correctamente el resultado del fondo de rotación
- Se han sabido dar soluciones ante posibles situaciones desfavorables para la empresa debido al análisis de los diferentes indicadores.

Duración: 16 horas.

7.9 Unidad de trabajo 8: El personal en la empresa.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Valorar la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio
- Identificar las características del el puesto de trabajo, así como las cualidades y aptitudes necesarias del trabajador para cubrir dicho puesto.
- Aprender donde buscar a los posibles empleados para nuestro comercio.
- Aprender como localizar el convenio al que pertenece nuestra empresa.
- Diferenciar las posibles retribuciones por las que se puede pagar a un trabajador.
- Valorar la importancia del Sistema de la Seguridad Social.
- Calcular los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.
- Confeccionar nominas completas de los trabajadores de la empresa.
- Valorar la importancia de la motivación del personal de la empresa.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Búsqueda y selección de los trabajadores
- Contratación y alta de los trabajadores
- Retribución de los trabajadores
- Sistema de la Seguridad Social
- Confección de nóminas
- Acogida, formación y motivación

Contenidos

Procedimentales

- 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.

Conceptuales

- 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

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.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio
- Se han identificado las características del el puesto de trabajo, así como las cualidades y aptitudes necesarias del trabajador para cubrir dicho puesto.
- Se ha aprendido donde buscar a los posibles empleados para nuestro comercio.
- Se han aprendido como localizar el convenio al que pertenece nuestra empresa.
- Se han diferenciado las posibles retribuciones por las que se puede pagar a un trabajador.
- Se ha valorado la importancia del Sistema de la Seguridad Social.
- Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.
- Se han confeccionado nominas completas de los trabajadores de la empresa.
- Se ha valorado la importancia de la motivación del personal de la empresa.

Duración: 12 horas.

7.10 Unidad de trabajo 9: La fiscalidad en la empresa I.

RA 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.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Diferenciar los diferentes tipos de tributos.
- Conocer los diferentes conceptos relativos a los tributos.
- Conocer el motivo por el cual se tributa en el IAE.
- Consultar si en la actualidad existe alguna exención por el IAE.
- Conocer el motivo por el cual se tributa en el IVA.
- Interpretar la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios.
- Consultar los tipos impositivos de IVA en la actualidad.
- Valorar si ha habido un cambio sustancial en la tributación de alguna operación en concreto.
- Distinguir los diferentes regímenes de IVA aplicables a la empresa según su forma jurídica.
- Valorar lo que implica para el empresario individual el régimen simplificado de IVA.
- Conocer las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IVA.
- Cumplimentar las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación en el que está incluida la empresa.

Esquema de la unidad

- Introducción
- El sistema tributario español
- El impuesto sobre actividades económicas (IAE)
- El impuesto sobre el valor añadido (IVA)

Contenidos

Procedimentales

- Cumplimentación de las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido

Conceptuales

- 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.

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.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se diferencian los diferentes tipos de tributos.
- Se conocen los diferentes conceptos relativos a los tributos.
- Se conoce el motivo por el cual se tributa en el IAE.
- Se ha consultado si en la actualidad existe alguna exención por el IAE.
- Se conoce el motivo por el cual se tributa en el IVA.
- 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.
- Se han consultado los tipos impositivos de IVA en la actualidad.
- Se ha valorado si ha habido un cambio sustancial en la tributación de alguna operación en concreto.
- Se ha distinguido los diferentes regímenes de IVA aplicables a la empresa según su forma jurídica.
- Se ha valorado lo que implica para el empresario individual el régimen simplificado de IVA.
- Se conocen las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IVA.
- Se han cumplimentado las declaraciones–liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación en el que está incluida la empresa.

Duración: 15 horas.

7.11 Unidad de trabajo 10: La fiscalidad de la empresa II.

RA 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.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Conocer el motivo por el cual se tributa en el IS.
- Consultar los tipos impositivos de IS en la actualidad.
- Valorar si ha habido un cambio sustancial en la tributación de alguna empresa en concreto.
- Aprender a calcular el beneficio en una sociedad.
- Distinguir las diferentes partidas de ingresos y de gastos en una sociedad.
- Calcular el beneficio de algunas empresas.
- Conocer las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IS.
- Aprender a cumplimentar las declaraciones–liquidaciones periódicas del IS.
- Conocer el motivo por el cual se tributa en el IRPF.
- Distinguir las dos tablas de tipos que existen (estatal y autonómica).
- Aprender a calcular el tipo medio en el IRPF.
- Calcular el tipo medio en el IRPF.
- Distinguir los tres métodos de determinación del rendimiento de una actividad empresarial en el IRPF.
- Valorar lo que implica para el empresario individual el método de la estimación objetiva.
- Conocer las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IRPF.
- Aprender a cumplimentar algunas declaraciones–liquidaciones periódicas del IRPF.
- Conocer algunos otros tributos que el pequeño comercio tiene que soportar.
- Consultar el calendario fiscal vigente en el año.

Esquema de la unidad

- El impuesto sobre sociedades (IS)
- El impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF)
- Otros tributos. El calendario fiscal

Contenidos

Procedimentales

- 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)

Conceptuales

- 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.

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.

- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se conoce el motivo por el cual se tributa en el IS.
- Se han consultado los tipos impositivos de IS en la actualidad.
- Se ha valorado si ha habido un cambio sustancial en la tributación de alguna empresa en concreto.
- Se ha aprendido a calcular el beneficio en una sociedad.
- Se han distinguido las diferentes partidas de ingresos y de gastos en una sociedad.
- Se ha calculado el beneficio de algunas empresas.
- Se conocen las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IS.
- Se ha aprendido a cumplimentar las declaraciones–liquidaciones periódicas del IS.
- Se conoce el motivo por el cual se tributa en el IRPF.
- Se ha distinguido las dos tablas de tipos que existen (estatal y autonómica).
- Se ha aprendido a calcular el tipo medio en el IRPF.
- Se ha calculado el tipo medio en el IRPF.
- Se ha distinguido los tres métodos de determinación del rendimiento de una actividad empresarial en el IRPF.
- Se ha valorado lo que implica para el empresario individual el método de la estimación objetiva.
- Se conocen las obligaciones tributarias del sujeto pasivo del IRPF.
- Se ha aprendido a cumplimentar algunas declaraciones–liquidaciones periódicas del IRPF.
- Se han conocido algunos otros tributos que el pequeño comercio tiene que soportar.
- Se ha consultado el calendario fiscal vigente en el año.

Duración: 15 horas.

7.12 Unidad de trabajo 11: Documentación necesaria en una empresa.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Identificar los documentos anteriores a la generación de una factura.
- Identificar todos los apartados de una factura para que esta esté bien confeccionada.
- Elaborar 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.
- Diferenciar los diferentes tipos de facturas.
- Aprender que es una factura electrónica, como confeccionarla y las ventajas de la misma frente a la factura tradicional.
- Identificar los diferentes medios de que dispone la empresa para pagar a sus proveedores.
- Cumplimentar los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago de las operaciones de la empresa.
- Identificar los diferentes medios de que dispone la empresa para cobrar a sus clientes.
- Cumplimentar los documentos correspondientes a los diferentes medios de cobro de las operaciones de la empresa.
- Aprender lo que es la operación de descuento de efectos para la empresa.
- Preparar remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Documentos previos a la factura
- La factura
- Medios y documentos de pago
- Medios y documentos de cobro
- Operación de descuento de los documentos de cobro
- Gestión de impagados

Contenidos

Procedimentales

- 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.
- Elaboración de facturas de negociación de efectos comerciales.

Conceptuales

- 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. 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

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.
- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se han identificado los documentos anteriores a la generación de una factura.
- Se han identificado todos los apartados de una factura para que esta esté bien confeccionada.
- 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.
- Se han diferenciado los diferentes tipos de facturas.
- Se ha aprendido que es una factura electrónica, como confeccionarla y las ventajas de la misma frente a la factura tradicional.
- Se han identificado los diferentes medios de que dispone la empresa para pagar a sus proveedores.
- Se han cumplimentado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago de las operaciones de la empresa.
- Se han identificado los diferentes medios de que dispone la empresa para cobrar a sus clientes.
- Se han cumplimentado los documentos correspondientes a los diferentes medios de cobro de las operaciones de la empresa.
- Se ha aprendido lo que es la operación de descuento de efectos para la empresa.
- Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.

Duración: 12 horas.

7.13 Unidad de trabajo 12: La atención al cliente.

RA 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.

Objetivos didácticos

- Valorar la importancia de la atención al cliente dentro de nuestra empresa.
- Aprender las características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Diferenciar las habilidades técnicas de las personales que deben tener los trabajadores que se relacionen con los clientes.
- Conocer los servicios adicionales a la venta que puede ofrecer el pequeño comercio.
- Darse cuenta de la importancia de implantar un adecuado plan de calidad en la empresa.
- Conocer los diferentes métodos de recogida de información de los clientes.
- Aprender el procedimiento ante una reclamación.
- Aprender a cumplimentar una hoja de reclamaciones.
- Adaptar 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.
- Establecer 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.
- Mantener actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.

Esquema de la unidad

- Introducción
- Características del servicio de calidad en un pequeño establecimiento
- Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos
- Implantación de un plan de calidad en el pequeño establecimiento
- Plan de gestión de quejas de los clientes
- Herramientas informáticas para la gestión de las relaciones con los clientes

Contenidos

Procedimentales

- 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.

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.

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.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se ha valorado la importancia de la atención al cliente dentro de nuestra empresa.
- Se han aprendido las características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Se ha diferenciado las habilidades técnicas de las personales que deben tener los trabajadores que se relacionen con los clientes.
- Se han conocido los servicios adicionales a la venta que puede ofrecer el pequeño comercio.
- Se han dado cuenta de la importancia de implantar un adecuado plan de calidad en la empresa.
- Se han conocido los diferentes métodos de recogida de información de los clientes.
- Se ha aprendido el procedimiento ante una reclamación.
- Se ha aprendido a cumplimentar una hoja de reclamaciones.
- 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.
- Se ha establecido 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.
- Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.

Duración: 12 horas.

8. Procedimientos e instrumentos de evaluación.

8.1 El proceso de evaluación

La evaluación del módulo tiene su fundamento en un proceso continuo cuyo objetivo es valorar la consecución de los objetivos del módulo vinculados a la competencia profesional del título. Para ello, dos conceptos resultan fundamentales: resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Los resultados de aprendizaje definen los contenidos que se desarrollan en las distintas unidades de trabajo de la programación. Los criterios de evaluación expresan los contenidos, conceptuales, procedimentales y actitudinales, que el alumno debe demostrar haber asimilado durante el proceso de enseñanza-aprendizaje para alcanzar los objetivos del módulo.

La evaluación como componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje, debe ser coherente con las características del Ciclo Formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada. También, debe ser formativa y servir para fomentar la reflexión, orientar y analizar el proceso educativo, por ello la evaluación tendrá que ser:

- Continua, para observar el proceso de aprendizaje.
- Integral, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como los procedimientos, las actitudes, las capacidades de relación y comunicación y el desarrollo autónomo de cada alumno.
- Individualizada, para que se ajuste al proceso de aprendizaje de cada alumno y no de los alumnos en general. La evaluación individualizada suministra información al propio alumno sobre sus progresos y lo que puede conseguir según sus posibilidades.
- Orientadora, porque debe ofrecer información permanente sobre la evolución del alumnado con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje.

El objetivo principal de la evaluación es corregir las desviaciones que se hubiesen producido durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Desde este punto de vista, cuando se evalúe se tendrán en cuenta los aspectos siguientes:

- Adecuación de los objetivos a las características del grupo.
- Consecución de las actividades programadas.
- Idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.
- Adecuación de los criterios de calificación empleados.

8.2 Instrumentos de evaluación

Los instrumentos que se utilizarán en el proceso de evaluación son:

- La realización de pruebas objetivas basadas en: una parte teórica, referente a terminología, conceptualización y sistematización de conocimientos; y una parte práctica, referida a resolución de casos, ejercicios y supuestos para comprobar la asimilación de los contenidos procedimentales propios del módulo.
- La observación y el seguimiento sistemático del alumno y de su actividad, en cuanto a:
 - La resolución de cuestiones, ejercicios y prácticas propuestas para aplicar los contenidos conceptuales y procedimentales vinculados a estas, tanto en actividades individuales como colectivas.
 - El seguimiento de los métodos y procedimientos propuestos por el profesor, la iniciativa en la búsqueda de soluciones a los problemas planteados; la actitud en el trabajo, con cuestiones como el orden, la disposición a la cooperación, el respeto por la diversidad de opiniones y la búsqueda de soluciones colaborativas; la presentación de los trabajos, su limpieza y corrección; la utilización de los recursos disponibles,

etc.

8.3 Pruebas objetivas

Las pruebas objetivas consistirán en exámenes teórico-prácticos en función de los objetivos mínimos exigidos, agrupados por unidades didácticas según el esquema indicado.

El tipo normal de prueba escrita estará compuesto de preguntas de respuesta corta y preguntas de desarrollo. Dependiendo de los temas algunas serán de tipo práctico. En cada una de las pruebas se especificará la valoración de cada una de las cuestiones planteadas.

	Unidades de Trabajo	Pruebas	Valor en nota
1ª EVALUACIÓN	Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.	1 prueba	1/3
	Unidad 2. ¿Tenemos una idea?		
	Unidad 3. La financiación en la empresa.		
	Unidad 4. La elección de la forma jurídica.	1 prueba	1/3
	Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.		
	Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.	1 prueba	1/3
	Unidad 7. El análisis de la información contable.		
2ª EVALUACIÓN	Unidad 8. El personal en la empresa.	1 prueba	50%
	Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)		
	Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)		
	Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.	1 prueba	50%
	Unidad 12. La atención al cliente.		

8.4 Ejercicios prácticos

Al final de cada unidad didáctica se plantearán ejercicios y tareas que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien individualmente o en grupo.

8.5 Asistencia a clase

La asistencia a clase es obligatoria., por tanto en el caso de que algún alumno supere el 15% de faltas de asistencia a clase en cada evaluación, se considerará que no puede alcanzar los objetivos mínimos planteados y la calificación del módulo será negativa.

9. Criterios de calificación.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requiere de su asistencia regular a las clases y actividades programadas para poder ser calificado.

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La correcta asimilación de las materias impartidas demostrada en las pruebas objetivas y ejercicios.
- Participación e intervención en las cuestiones o polémicas planteadas en clase, con lo cual la asistencia es importante.
- La realización satisfactoria durante el curso de los trabajos propuestos.
- Las pruebas individuales realizadas durante la evaluación.

Las proporciones que intervienen en la calificación de cada evaluación son las siguientes:

- Pruebas teóricas: 70%
- Ejercicios y supuestos prácticos: 20%
- Actitud y participación: 10%

La nota de las pruebas objetivas de cada evaluación será la media ponderada, con el peso señalado en el cuadro, de las pruebas planteadas. Para poder acceder a este cálculo se deberá haber obtenido en cada examen un 3/10 como mínimo.

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos y la participación, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de la evaluación una nota global igual o superior a 5/10.

La calificación final de cada evaluación tendrá una cuantificación numérica entre 1 y 10, sin decimales. Se considerarán como positivas las comprendidas entre 5 y 10, y negativas las restantes.

La nota final del módulo será la media aritmética sin decimales de las correspondientes a cada evaluación. Estos criterios se aplicarán siempre y cuando todas ellas tuvieran evaluación positiva. En cualquier otro caso la calificación será negativa.

Criterios de calificación para la pérdida de evaluación continua.

Los alumnos que tengan un número de faltas justificadas o injustificadas de asistencia a clase igual o superior al 20% del total de horas lectivas del módulo profesional se someterán, al finalizar de curso, a una prueba única que contendrá todos los contenidos programados teórico- prácticos para el presente curso escolar.

La nota final del módulo, en este caso, será la suma de la prueba con una ponderación del 80%, más los ejercicios prácticos desarrollados a lo largo del curso y participación con una ponderación del 20%.

Para poder aplicar estos criterios de calificación el alumno deberá obtener una calificación superior a 5 en la prueba final.

10. Recuperación de evaluaciones pendientes.

Aquellos alumnos que no obtengan calificación positiva en una evaluación podrán recuperar en una prueba que se realizará al final del segundo trimestre del curso. La prueba objetiva incluirá todas las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

10.1 Recuperación del módulo tras la primera evaluación final.

Cuando un alumno o una alumna no supere el módulo profesional en la primera evaluación final deberá realizar unas pruebas de recuperación, independientemente de la duración del módulo.

Para facilitar la realización de las pruebas de recuperación, se le informará sobre el programa de recuperación que deberá seguir y las actividades que debe realizar en las pruebas de recuperación, que podrán consistir en ejercicios escritos u orales, realización de trabajos y prácticas, presentación de tareas incluidas en el programa de recuperación u otras que se estimen convenientes, así como del momento de su realización y evaluación.

Con el fin de facilitar al alumnado la recuperación de los aprendizajes en el módulo profesional no superado, siguiendo los criterios establecidos por el equipo docente, organizará un programa de recuperación que contendrá las actividades que deberá realizar el alumno o la alumna para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo correspondiente

Este programa incorporará las actividades que el alumnado realizará durante el tercer trimestre del año académico, con docencia directa por parte del profesor responsable del módulo profesional.

Contenidos básicos:

- 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.
- 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.
- 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).
- 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.
- 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.
- Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago:
 - 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. 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.
 - 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.
- 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.

10.2 Actividades complementarias y extraescolares.

El Plan Educativo de Centro, que es aprobado por el Consejo Escolar, reflejará la programación de las actividades complementarias y extraescolares que vayan a realizarse a lo largo del curso, de acuerdo con los criterios señalados en el Proyecto Curricular y dentro del marco del Proyecto de Centro.

Algunas que se plantean podrán ser:

- Salidas a conocer empresas comerciales relacionadas con la actividad de estudio
- Exposiciones y eventos culturales.
- Salidas de convivencia con otros grupos, de cara a mejorar el ambiente escolar.