

**Programación didáctica del módulo:
1227 Gestión del Pequeño Comercio**

2º curso del CFGM de Técnico de Actividades Comerciales

Curso 2023-2024

Inés Cores Flórez

**Comercio y Marketing
IES LAS LLAMAS
SANTANDER**

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. EL TÍTULO DE TÉCNICO DE 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.....	5
2.5 Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.....	6
2.6 Entorno profesional.....	7
2.7 Objetivos generales del ciclo formativo.....	8
3. OJETIVOS DEL MÓDULO PROFESIONAL: GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO.....	11
3.1 Objetivos generales del módulo.....	11
3.2 Competencias del módulo.....	12
3.3 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.....	13
4. CONTENIDOS.....	18
4.1 Estructura de los contenidos.....	18
4.2 Relación entre Bloques de contenidos y Resultados de Aprendizaje	24
4.3 Relación secuencial de Unidades de Trabajo.....	25
4.4 Temporalización.....	26
4.5 Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma.....	28
4.6 Relación de Unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.....	29
5. METODOLOGÍA.....	30
5.1 Aspectos generales.....	30
5.2 Consideraciones metodológicas.....	31
5.3 Actividades de enseñanza-aprendizaje.....	31
5.4 Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación.....	32
5.5 Recursos didácticos.....	33
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	33
6.1. Atención a la diversidad en la programación.....	34
6.2. Atención a la diversidad en la metodología.....	35
6.3. Atención a la diversidad en los recursos y materiales.....	35
7. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	36
7.2 Unidad de trabajo 1: Empresa, empresario y emprendedor.....	38
7.3 Unidad de trabajo 2: ¿Tenemos una idea?.....	41
7.4 Unidad de trabajo 3: La financiación en la empresa.....	44
7.5 Unidad de trabajo 4: La elección de la forma jurídica.....	47
7.7 Unidad de trabajo 6: La contabilidad en nuestra empresa.....	51
7.8 Unidad de trabajo 7: El análisis de la información contable.....	54
7.9 Unidad de trabajo 8: El personal en la empresa.....	56

7.10 Unidad de trabajo 9: La fiscalidad en la empresa I.	58
7.11 Unidad de trabajo 10: La fiscalidad de la empresa II.....	60
7.12 Unidad de trabajo 11: Documentación necesaria en una empresa.....	62
7.13 Unidad de trabajo 12: La atención al cliente.	¡Error! Marcador no definido.
8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	67
8.1 El proceso de evaluación.....	67
8.2 Instrumentos de evaluación	67
8.3 Pruebas objetivas	68
8.4 Actividades y ejercicios prácticos.....	69
8.5 Evaluación del desarrollo de la programación y la propia práctica docente.	69
9. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	71
9.1.Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica....	72
10. RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES.....	74
10.1 Recuperación del módulo tras la primera evaluación final.	74
11. CONTENIDOS BÁSICOS.....	75
12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	80
13. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.....	80
14. CONCRECIÓN DE PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS	80
15. DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y APOYOS DOCENTES	81
16. NORMATIVA	81
17.HOJA INFORMATIVA	83

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 segundo curso del 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 DE 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.

2.7 Objetivos generales del ciclo formativo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

3. OJETIVOS DEL 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 depago, 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.

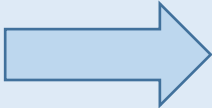

8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad:

- 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

<p>Resultados de aprendizaje</p> 	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>Bloques de contenidos</p> 								
<p>1. Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.</p>	X							
<p>2. Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.</p>		X						
<p>3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio: cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal.</p>			X					
<p>4. Elaboración de un plan de inversiones básico.</p>				X				
<p>5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.</p>					X			
<p>6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago.</p>						X		
<p>7. Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa.</p>							X	
<p>8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.</p>								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.

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.

Además se trabajará una unidad transversal (Unidad T) que será la creación de un plan de negocio. Este plan de negocio recogerá y aglutinará objetivos y contenidos de todas las unidades del módulo.

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

Se ha detectado la similitud / solapamiento de algunos de los contenidos de la UD 11.Documentación necesaria en la empresa con contenidos vistos en el módulo de 1º Procesos de venta y de algunos de los contenidos de la UD. 12 La atención al cliente con contenidos incluidos en el módulo de 2º SAC, Servicios de atención comercial, y por ello se ha decidido diferenciar los contenidos que vemos en el módulo de GPC así como reducir la carga horaria dedicada a estas unidades didácticas.

El R.A. 6 del módulo de Procesos de venta es el siguiente: “Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios”.

Los R.A. 5 y 6 del módulo SAC, dicen así respectivamente: “RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución”. RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

Por este motivo, la unidad 12 La atención al cliente se desarrollará y evaluará en el módulo de SAC y no en este módulo.

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 del curso. Se realizarán dos sesiones de evaluación, según el calendario que establezca Jefatura de Estudios. 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 trámites para constituir la empresa.

Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.

Segunda evaluación:

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)

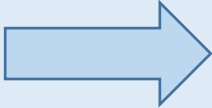

Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.

La unidad transversal “Creación de un plan de negocio” se llevará a cabo a lo largo de todo el curso y por tanto formará parte tanto de la primera como de la segunda evaluación.

4.5 Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma.

BLOQUES 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	X						
X								Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.	8	X						
		X		X				Unidad 2. ¿Tenemos una idea?	10		X					
			X					Unidad 3. La financiación en la empresa.	12		X					
	X							Unidad 4. La elección de la forma jurídica.	12		X					
		X				X		Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.	12			X				
						X		Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.	16			X				
				X				Unidad 7. El análisis de la información contable.	12				X			
		X				X		Unidad 8. El personal en la empresa.	8					X		
						X		Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)	16				X			
						X		Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)	20					X		
					X			Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.	8					X	X	
X	X	X	X	X	X	X	X	Actividades de evaluación y Unidad Transversal. El plan de negocio.	20	X	X	X	X	X	X	
TOTALES									160							

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		
Plan de Negocio	X	X	X	X	X	X	X	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 de 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 tendrán en consideración además las siguientes estrategias metodológicas:

- Concepción del alumnado como elemento activo y responsable de su propio aprendizaje.
- La docente desarrolla un papel de guía y mediadora para enfocar al alumnado hacia el aprendizaje significativo de los contenidos.
- Utilización de los iguales como instrumento de aprendizaje.

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.

Se persigue de forma constante la participación activa del alumno en las clases, en las que se combinan las explicaciones teóricas con supuestos prácticos. Se tratará 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, así como para la elaboración y presentación de documentos escritos de diferente naturaleza.

5.3 Actividades de enseñanza-aprendizaje

En cuanto a las actividades de enseñanza aprendizaje, la dinámica o aplicación metodológica en cada unidad didáctica constará de las siguientes partes:

- **Actividades de inicio y de motivación:** que se realizan al principio del módulo profesional y de cada unidad de trabajo, para detectar y valorar ideas previas y provocar interés hacia un tema concreto. A modo de ejemplo, señalar que suelen ser dinámicas de grupo, visionados de vídeos, participación en talleres, debates, lluvia de ideas, reflexión sobre textos, etc.
- **Actividades de desarrollo y aprendizaje:** que permitan adquirir los contenidos soporte y organizadores. Incluyen: exposición de contenidos por parte del profesor y/o los alumnos, lectura comprensiva de textos, realización de resúmenes y resolución de ejercicios propuestos, análisis de casos, redacción de trabajos escritos, proyectos de investigación, etc.
- **Actividades de consolidación:** para el alumnado que encuentre dificultades para lograr los objetivos de acuerdo a la intervención general planificada. Puede tratarse por ejemplo de repetición de ciertas actividades con mayor supervisión del profesor o síntesis de algunas de ellas, lectura de textos más sencillos bajo las recomendaciones docentes, etc.
- **Actividades de profundización y refuerzo:** actividades para el alumnado que ha logrado los objetivos, de modo que se posibilite la aplicación de los aprendizajes a nuevas situaciones o mayor profundización en los contenidos. Por ejemplo, se propondrán lecturas de mayor complejidad, realización de nuevos casos o trabajos de investigación etc.
- **Actividades de síntesis:** actividades destinadas a valorar y ubicar lo aprendido en una estructura más amplia, extrayendo asimismo conclusiones al respecto, como por ejemplo los mapas conceptuales o la elaboración de decálogos.
- **Actividades de evaluación:** Se presentarán con mayor detenimiento en el epígrafe destinado a evaluación.
- **Actividades extraescolares y complementarias:** se detallan en el apartado 12.

5.4 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.

5.5 Recursos didácticos.

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

- Libro de texto "Gestión de un pequeño comercio" de la editorial Editex y su material complementario.
- Equipos y programas informáticos.
- Proyector, presentaciones, casos prácticos, noticias, videos, etc.
- Microsoft 365
- Páginas web relacionadas con el módulo.

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El alumnado de formación profesional, y en concreto el de 2º del CFGM de Actividades comerciales, presenta unos niveles diferentes de motivación, aprendizaje, formación, interés y necesidades. Con el propósito de cumplir con los objetivos definidos, es necesario tener en cuenta que cada alumno es diferente, en su forma de percibir y asimilar los contenidos, así como de sintetizarlos y ponerlos en práctica, y es por ello que es mi objetivo ofrecer una atención personalizada a todos y cada uno de ellos.

Asimismo, cada alumno/a se encuentra en unas condiciones socioeconómicas particulares que pueden condicionar su respuesta al proceso enseñanza aprendizaje.

Hoy día es habitual encontrarnos que alguno de nuestros alumnos/as requiera de necesidades educativas específicas (por características físicas, sensoriales u otras), en cuyo caso, se necesitará del uso de unos recursos y adaptaciones que le permitan desarrollar de forma adecuada el currículo.

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.

Por todas estas razones es necesario reflejar en nuestra programación las medidas que se adoptarán en relación a la atención a la diversidad y para conseguir un aprendizaje lo más individualizado posible. Tal y como se establece en el **Decreto 98/2005 del 18 de agosto de Atención a la Diversidad en**

Cantabria, así como en la resolución del 22 febrero sobre medidas de atención a la diversidad, atender a la diversidad del alumnado supone considerar las características de cada uno de los alumnos, responder eficazmente a sus necesidades educativas y programar actividades diversificadas y evaluar consecuentemente.

Se desarrollará por tanto, la atención a la diversidad desde tres niveles diferentes: en la programación (incluyendo la evaluación), en la metodología y en los recursos materiales.

Estas medidas están basadas resolución del 22 de febrero de 2006, por la que se proponen diferentes medidas generales de atención a la diversidad con el fin de facilitar a los Centros Educativos de Cantabria la elaboración y desarrollo de los Planes de Atención a la Diversidad (BOC de 8 de marzo).

a) Obtener un conocimiento real del punto de partida de cada alumno y alumna: pruebas iniciales, reuniones de tutoría, entrevistas con familias, detección de ideas previas en cada nueva secuencia de aprendizaje, etc.

b) Favorecer la existencia de un buen clima de aprendizaje.

c) Flexibilizar los planteamientos metodológicos con gran variedad de situaciones, lenguajes y estrategias de enseñanza.

d) Proporcionar refuerzos positivos que contribuyan a mejorar la autoestima del alumnado.

e) Presentar los contenidos del área en contextos temáticos amplios que permitan realización de adaptaciones curriculares.

f) Contemplar la desviación en el grupo, tanto por arriba como por debajo, en el diseño de actividades de enseñanza-aprendizaje (refuerzo y ampliación).

g) Trabajar en pequeños grupos heterogéneos u homogéneos, según las tareas, para facilitar un aprendizaje cooperativo y participativo.

h) Aprovechar las actividades fuera del aula para lograr una mayor cohesión del grupo, un mayor conocimiento del alumnado y una mayor integración de todos y todas.

6.1. Atención a la diversidad en la programación

En la presente programación se tendrá en cuenta que los rendimientos y el grado de asimilación del alumnado en alguno de los contenidos serán totalmente diferente. Esta diferencia se verá especialmente reflejada en la resolución de problemas y el análisis de casos. Por ello la tipología de los mismos deberá adaptarse a los diferentes grupos de alumnos/as existentes en nuestro curso. El grado de complejidad y la profundidad de comprensión no serán iguales para todos. Debido a esto, se plantean **actividades de consolidación y profundización y de ampliación y refuerzo** ya mencionadas en el apartado de metodología.

Analizaré el contenido de las actividades, para que estas no resulten ni demasiado fáciles ni demasiado difíciles, ya que en el primero de los casos podrían resultar poco motivadores, mientras en el segundo de los casos podrían provocar desmotivación, sensación de fracaso y frustración.

Aun teniendo en cuenta el diferente nivel de progreso de nuestro alumnado, deberemos asegurarnos de alcanzar un nivel mínimo al final de curso, con oportunidad de recuperar los conocimientos no adquiridos en su momento. **(Actividades de refuerzo y ampliación, así como el plan de recuperación).**

6.2. Atención a la diversidad en la metodología

Al igual que el punto anterior, la metodología de enseñanza deberá adaptarse a la diversidad de alumnado en nuestras aulas. Hay que tener en cuenta que, el mejor método de enseñanza para un grupo puede no serlo para otro. Por ello, es necesaria una adaptación de la metodología, atendiendo a los distintos grados de conocimientos previos detectados en el alumnado, a la existencia de diferentes grados de autonomía y responsabilidad entre los alumnos, así como la identificación de dificultades en procesos anteriores con determinados alumnos.

Ante la aparición de este tipo de problemas o incluso como prevención de los mismos, la atención a la diversidad desde el punto de vista metodológico está presente durante el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje y lleva a:

- Detectar los conocimientos previos del alumnado al comienzo de cada tema. Para los alumnos/as en los que se detecte algún tipo de laguna en sus conocimientos, se propondrán actividades de consolidación.
- Los nuevos contenidos deben conectar con los conocimientos previos y ser adecuados al nivel cognitivo del alumnado.
- Propiciar que sea el alumno/a, quien marque su propio ritmo de aprendizaje.
- Intentar que la comprensión de cada contenido sea suficiente para una mínima aplicación y para enlazar con contenidos relacionados.

En algunas ocasiones durante la realización de determinados casos o actividades y cuando la dinámica de la clase durante el desarrollo de cada unidad lo permita, se trabaja con grupos heterogéneos (con el consiguiente beneficio tanto para los alumnos más adelantados como para los que presentan más dificultades) u homogéneos (con actividades de refuerzo-consolidación en algunos grupos y de profundización en otros).

6.3. Atención a la diversidad en los recursos y materiales

Además de las actividades de consolidación y refuerzo, para atender a la diversidad de los alumnos en cuanto a los objetivos a alcanzar por cada uno de ellos podremos apoyarnos en el uso de las TIC.

Por otro lado, el uso de las TICs posibilita la atención a la diversidad desde distintos ámbitos:

- Multimedia, como refuerzo de lo explicado que mejore la captación del mensaje o aportando un enfoque distinto. Visual thinking. Nos apoyaremos mucho en los recursos de componente visual ya que sabemos son útiles para el alumnado disléxico y extranjero.
- Mapas conceptuales, para síntesis de lo estudiado señalando los puntos clave y comentando las vías abiertas de ampliación.
- Sesiones con apps y herramientas e-learning: acceso a actividades que permiten trabajar de forma muy concreta y sencilla la diversidad, asignando actividades adecuadas a cada alumno

En cuanto al alumnado con discapacidades motrices, visuales o auditivas leves, si lo hubiera, se tomarán medidas generales que eviten las barreras arquitectónicas, y adapten el acceso y el mobiliario del aula. A estos alumnos/as se les reservará una posición en el aula, que les permita seguir con la mayor normalidad posible el desarrollo de las clases. Se adoptarán las medidas particulares adicionales que se determinen junto con la Dirección del centro y el Departamento de Orientación cuando sea necesario.

Prestaré especial atención a la realidad que se presenta en los materiales propuestos en clase, asegurándome que muestran una realidad étnica, de género, de capacidades, y socioeconómica plural acorde con la realidad del mundo actual.

La colaboración con el Departamento de Orientación será constante, y buscaré su apoyo sugerencias y ayuda en caso de detectar cualquier problema.

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.

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: 8 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: 10 horas.

7.4 Unidad de trabajo 3: 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 de 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.
- 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

- 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 cómo 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 han elaborado las Cuentas Anuales de un pequeño comercio, con la información que 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: 14 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: 6 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: 16 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: 22 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.
- Complimentación 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.
- Complimentación y expedición de facturas comerciales.
- Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.
- Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.
- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- Negociación y descuento de efectos comerciales.
- Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales

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: 10 horas.

7.14 Unidad de trabajo T: Plan de Negocio.

En el presente curso escolar, además de la elaboración de un plan de negocio por grupos, se colaborará en la organización y ejecución de un mercadillo solidario de segunda mano. Esta actividad se llevará a cabo en colaboración con el resto del equipo docente del grupo de 2TAC.

Objetivos.

- Comprender la importancia y el proceso de creación de un plan de negocio
- Identificar los puntos clave de análisis, trabajo, y reflexión previos a poner en marcha un establecimiento.
- Comprender la importancia de planificar para el éxito del negocio
- Identificar los propios conocimientos y ser capaces de aplicarlos en la elaboración de este trabajo.

Contenidos.

Conceptuales

- Contenidos conceptuales incorporados a lo largo de todo el curso

Procedimentales

- Elaboración de un documento escrito en el que se desarrolla un plan de negocio propio
- Puesta en marcha del mercadillo.
- Presentación en público de los resultados de la actividad

Actitudinales

- Tomar conciencia de la importancia de la planificación, análisis y estudio previos a la puesta en marcha de un negocio.
- Despertar interés por el emprendimiento como vía de desarrollo profesional y personal.

Criterios de evaluación

Al evaluar a los alumnos se tendrá en cuenta si:

- Se han cotemplado todos los puntos que debe incorporar un plan de negocio.
- Se ha mostrado capacidad de búsqueda de información, y análisis de la misma.
- Se han aplicado los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.
- Se ha comprobado la capacidad de toma de decisiones del alumno, las cuáles justifica con coherencia.
- Se ha transmitido la idea al resto del grupo, siendo capaces de despertar el interés del mismo.

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 objetivos 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 todo 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 contenidos 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 las tareas realizadas en el aula: La resolución de cuestiones, actividades, ejercicios y prácticas propuestas para aplicar los contenidos conceptuales y procedimentales vinculados a estas, tanto en actividades individuales como colectivas.

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.

Las pruebas objetivas se realizarán por escrito y estarán compuestas por preguntas de tipo test, preguntas de respuesta corta, preguntas de desarrollo y/o supuestos prácticos, estudios de casos, noticias para analizar y comentar etc. Dependiendo de los temas algunas pruebas podrán ser de tipo exclusivamente práctico. En cada una de las pruebas se especificará la valoración de cada una de las cuestiones planteadas.

Este curso, y atendiendo a la anticipación de las fechas de la primera evaluación, las pruebas objetivas previstas son las siguientes:

	Unidades de Trabajo	Pruebas	Valor en nota
1ª EVALUACIÓN	Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.	1 prueba	25%
	Unidad 2. ¿Tenemos una idea?		
	Unidad 3. La financiación en la empresa.	1 prueba	35%
	Unidad 4. La elección de la forma jurídica.		
	Unidad 5. Los trámites para constituir la empresa.	1 prueba	40%
	Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.		
2ª EVALUACIÓN	Unidad 7. El análisis de la información contable.	1 prueba	30%
	Unidad 8. El personal en la empresa.		
	Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)	1 prueba	30%

	Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)	1 prueba	40%
	Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.		

8.4 Actividades y ejercicios prácticos

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

La participación del proyecto transversal “Mercadillo solidario” tendrá especial relevancia como instrumentos de evaluación, así como el plan de empresa elaborado por cada grupo.

8.5 Evaluación del desarrollo de la programación y la propia práctica docente.

En cuanto a la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje y de la propia práctica docente, señalar que la evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje, desarrollo de la programación y práctica docente, requiere de instrumentos dirigidos tanto al profesorado como al alumnado, que permiten obtener información relevante.

Tendrá carácter continuo, se llevará a cabo de forma procesual y su función será formativa. Se estará siempre alerta a la marcha de la clase, al clima de aula y a las necesidades y demandas del alumnado. Con estos datos se podrá corregir durante el mismo proceso las propuestas que no están funcionando, buscar otras si es necesario, o modificar elementos de la programación que estén dando resultados negativos. Además, esta evaluación servirá para refrendar las cuestiones positivas de la programación que así quedarán afianzadas.

Los instrumentos que utilizaré serán mi propio cuaderno de clase donde anotaré los sucesos relevantes del aula y las reuniones informales con mis compañeros docentes.

En cuanto a la evaluación específica de mi propia práctica docente, utilizaré dos vías para este fin:

Reuniones de departamento: En las reuniones del departamento de Organización y Gestión Comercial se incluirá en el orden del día, la revisión del desarrollo de la programación con el fin de adaptarla a la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje. La revisión incluirá, al menos, la evaluación de la organización y distribución de los contenidos y criterios de evaluación en cada uno de los temas, de los enfoques didácticos y metodológicos utilizados, de los materiales y recursos empleados, de los procedimientos e instrumentos de evaluación desarrollados y de las medidas de atención a la diversidad implantadas.

Encuestas al alumnado: de forma anónima y voluntaria, los alumnos realizarán una encuesta a final de curso (puede realizarse previamente a cada evaluación) en la que responderán a cuestiones sobre el clima de aula, la metodología empleada, el trabajo y claridad en las explicaciones, la ayudada / soporte brindada por el profesorado etc. Estas cuestiones serán definidas / consensuadas con la comisión de coordinación pedagógica.

Asimismo, señalar que el plan de evaluación de la práctica docente deberá incluir los siguientes elementos:

- a) La adecuación de los objetivos, contenidos y criterios de evaluación a las características y necesidades de los alumnos.
- b) Los aprendizajes logrados por el alumnado.
- c) Las medidas de individualización de la enseñanza con especial atención a las medidas de apoyo y refuerzo utilizadas.
- d) La programación y su desarrollo y, en particular, las estrategias de enseñanza, los procedimientos de evaluación del alumnado, la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro.
- e) La idoneidad de la metodología y de los materiales curriculares.
- f) La coordinación con el resto de los profesores de cada grupo y en el seno del departamento. Indicadores respecto a mi práctica docente.

Se considerarán los siguientes aspectos (indicadores):

- a) La adecuación de los objetivos, contenidos y criterios de evaluación a las características y necesidades de los alumnos.
 - Se han adecuado los objetivos y contenidos a las características y necesidades de los alumnos.
 - Se han adecuado los criterios de evaluación a las características del alumnado.
- b) Los aprendizajes logrados por el alumnado.
 - Grado de adquisición de los resultados de aprendizaje.
 - Porcentaje de alumnos, (calculado con los que realmente asisten), que supera positivamente la materia/ módulo.
 - Grado de conocimientos alcanzado cuantificado por notas, (cálculo de nota media con los alumnos que realmente asisten) (≤ 4 5 6 7 8 9 10).
 - Evolución respecto a la evaluación anterior.
- c) Las medidas de individualización de la enseñanza con especial atención a las medidas de apoyo y refuerzo utilizadas.
 - ¿Se han adoptado medidas de apoyo o refuerzo individualizadas?
- d) La programación y su desarrollo y en particular, las estrategias de enseñanza, los procedimientos de evaluación del alumnado, la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro.
 - ¿Se han desarrollado la totalidad de los contenidos que figuran en la programación? Motivos o causas.
 - ¿Se han aplicado los procedimientos de evaluación contemplados en la programación? Motivos o causas.
 - Grado de acierto en la organización del aula y el aprovechamiento de los recursos del centro ¿La organización del aula ha sido la adecuada? Motivos o causas.

- ¿Los recursos del centro han sido aprovechados de manera óptima? Motivos o causas.
- e) La idoneidad de la metodología y de los materiales curriculares. Grado de idoneidad de la metodología utilizada para la adquisición de capacidades terminales
- ¿La metodología utilizada ha facilitado la adquisición de los resultados de aprendizaje? Motivos o causas.
 - ¿Han sido adecuados y suficientes los materiales curriculares? Motivos o causas.
- f) La coordinación con el resto de los profesores de cada grupo/ciclo y en el seno del departamento
- ▪ ¿Ha existido coordinación entre los profesores del Ciclo Formativo?

9. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La correcta asimilación de las materias impartidas demostrada en las pruebas objetivas y ejercicios.
- La realización satisfactoria durante el curso de los trabajos propuestos.
- Las pruebas objetivas individuales realizadas durante la evaluación.

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

Pruebas objetivas escritas: 70%

Ejercicios y supuestos prácticos: 30%

En la segunda evaluación, la calificación del proyecto transversal “Mercadillo solidario” y del plan de empresa supondrá el 50% de la calificación destinada a ejercicios y supuestos prácticos.

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.

EVALUACIÓN	EXAMEN	PONDERACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	1º examen	25%	Tema 1 y 2
	2º examen	35%	Tema 3 y 4
	3º examen	40%	Tema 5 y 6
2ª evaluación	1º examen	30%	Tema 7 y 8
	2º examen	30%	Tema 9
	3º examen	40%	Tema 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota global media igual o superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá recuperar la o las evaluaciones suspensas en la primera evaluación final ordinaria del mes de marzo.

Consideraciones a tener en cuenta sobre redondeos en la calificación:

- La nota final de módulo (media aritmética de las dos evaluaciones superadas) no se realizará con las notas que aparecen en el boletín (nota sin decimales), si no con las medias registradas por la profesora (calificaciones con dos dígitos reales).
- Los redondeos a números enteros se harán de la siguiente manera:
 - De 5 a 5,7 será un 5, y de 5,71 en adelante un 6
 - De 6 a 6,7 será un 6, y de 6,71 en adelante un 7
 - De 7 a 7,7 será un 7, y de 7,71 en adelante un 8
 - De 8 a 8,7 será un 8, y de 9,71 en adelante un 9
 - De 9 a 9,7 será un 9, y de 9,71 en adelante un 10

9.1.Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica

Asimismo, de acuerdo con lo previsto en el PEC, y lo aprobado por el departamento de ciclos formativos de Comercio y Marketing del IES Las Llamas, se establece un protocolo sobre prácticas fraudulentas que detalla la prohibición del uso de móviles y otros dispositivos electrónicos con conexión a internet durante la realización de pruebas objetivas entre otras, así como sus consecuencias previstas.

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una

prueba de evaluación y relacionados con la misma.

5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.

6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.

7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.

8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.

9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.

10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.

13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

9.1.1. Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes:

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente

perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio Fiscal.

10. RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES EN LA PRIMERA EVALUACIÓN ORDINARIA FINAL.

Aquellos alumnos que no obtengan calificación positiva en una evaluación podrán recuperar en la primera evaluación final ordinaria en el mes de marzo, según el calendario que establezca Jefatura de Estudios. La prueba objetiva incluirá todas las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

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

Ejercicios y supuestos prácticos realizados durante la evaluación no superada: 30%

Pruebas objetivas escritas: 70%

EVALUACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	Temas 1, 2, 3, 4, 5 y 6
2ª evaluación	Temas 7, 8, 9, 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota igual o superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá recuperar la o las evaluaciones suspensas en la segunda evaluación final ordinaria del mes de junio.

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, en la 2ª evaluación final de 2º (Junio).

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 en el aula el alumno o la alumna para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo.

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La realización satisfactoria de las actividades de recuperación en el aula de marzo a junio.
- Las pruebas objetivas individuales escritas de la o las evaluaciones pendientes, basadas en los contenidos básicos del módulo.

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

Ejercicios y supuestos prácticos de recuperación: 30%

Pruebas objetivas escritas: 70%

EVALUACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	Temas 1, 2, 3, 4, 5 y 6
2ª evaluación	Temas 7, 8, 9, 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos de recuperación, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota igual o superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá repetir el módulo el curso siguiente.

11. 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.

12. 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.

En concreto se plantean para este curso las siguientes actividades:

Tipo de Actividad	Entidad	Objeto	Evaluación	Comentarios adicionales
Taller	Agencia de desarrollo local	Taller sobre creación de empresas	1º evaluación	Visita al IES de responsable de ADL
Seminario	Cámara de Comercio	Participación en webinar (on line) relacionado con el módulo	1ª / 2ª evaluación	
Visita empresario		Conocer de primera mano una experiencia real	2º Evaluación	Pendiente de definir de

MERCADILLO SOLIDARIO: se llevará a cabo a lo largo de todo el curso.

13. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS

El ciclo cuenta con un aula para las clases teóricas con conexión a internet, pc y proyector. El aula de referencia es la 203.

Parte de las clases del módulo serán impartidas en una de las aulas de informática en la que los alumnos pueden realizar actividades 100% prácticas (búsqueda de información, trabajo con simuladores empresariales, trámites y formularios y otras aplicaciones relacionadas con el módulo).

14. CONCRECIÓN DE PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS

14.1. FP DUAL

El programa de FP DUAL permite simultanear la formación en el aula y la formación en la empresa. Persigue la cualificación profesional del alumnado, combinando los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación.

Actualmente no tenemos ningún caso previsto en esta modalidad para este curso escolar.

14.2. Plan Digital del Centro

Utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta, búsqueda de información y resolución de supuestos prácticos, especialmente a través de la hoja de cálculo Excel.

14.3. Otros planes

Además de estos planes, que resultan significativos, tendremos asimismo en cuenta otros planes de centro como son:

Plan de Atención a la Diversidad: esta programación recoge medidas de atención a la diversidad.

Plan de Convivencia: ayudan a establecer unas pautas de relación y trato entre compañeros colaborando con el plan de convivencia y prevención de conductas violentas.

Plan Lector: se favorecerá que el desarrollo de la competencia lectora se convierta en elemento prioritario de la materia, de forma que los alumnos se expresen de forma correcta. Se trata de la utilización y contextualización de términos/vocabulario propios y específicos de los contenidos que se estén desarrollando en ese momento, así como de los generales y propios del módulo. Se fomentará la lectura comprensiva en clase del libro de texto, de los apuntes desarrollados por la profesora sobre los contenidos que se estén impartiendo o de cualquier otro documento (recortes prensa, noticias...) Se contempla el Plan Lector de tal manera que el alumno perciba que la lectura sirve para informarnos, para aprender, para disfrutar y para opinar. Como complemento a los contenidos impartidos en las diferentes unidades, es interesante hacer una aproximación al mundo real a través de las noticias que aparecen en la prensa diaria o especializada. Esto permite que los alumnos vean la aplicación práctica de lo que están viendo en clase.

15. DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y APOYOS DOCENTES

No se prevé la concreción del desarrollo de desdobles, agrupaciones flexibles y apoyos docentes en el CFGM de TÉCNICO DE ACTIVIDADES COMERCIALES ya que no existen razones de seguridad, de disponibilidad de equipamiento u otras que hagan necesaria la existencia de desdobles, agrupaciones flexibles o apoyos docentes (Art. 23.7 del Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria). No se contempla por tanto la utilización de este tipo de medidas en el módulo

Lo que si habrá será una coordinación con los profesores responsables de otros módulos, para el desarrollo de actividades conjuntas, el correcto desarrollo del módulo de FCT así como para evitar solapamientos especialmente con el módulo de SAT (Servicios de Atención comercial).

16. NORMATIVA

A continuación se señalan las leyes que afectan a esta programación.

Ámbito estatal:

- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, (Ley Educativa LOMLOE)
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE)
- Ley Orgánica 5/2002 de 19 de junio, de Cualificaciones y Formación Profesional

- Real Decreto 1574/2011 de 4 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.
- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínima

Ámbito autonómico:

- Ley 6/2008, de 26 de diciembre, de Educación de Cantabria (LECAN)
- Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el Sistema Educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- 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
- Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden EDU/70/2010, de 3 de septiembre, por la que se regula el procedimiento para garantizar el derecho de los alumnos a ser evaluados conforme a criterios objetivos.
- Decreto 98/2005 de Atención a la Diversidad en Cantabria.
- Resolución del 22 de febrero por la que se proponen diferentes medidas de atención a la diversidad con el fin de facilitar a los Centros Educativos de Cantabria la elaboración y desarrollo de los Planes de Atención a la Diversidad.
- Instrucciones de Inicio de Curso para centros de Formación Profesional de la Consejería de Educación de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

17.HOJA INFORMATIVA

HOJA INFORMATIVA ALUMNOS 2º TAC MÓDULO 1227- GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO

Índice:

1. Introducción
2. Contenidos y temporalización.
3. Objetivos generales del módulo.
4. Competencias del módulo.
5. Criterios de evaluación y resultados de aprendizaje evaluables
6. Criterios de calificación. Procedimientos e instrumentos de evaluación
7. Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica
8. Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes.
9. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo
10. Materiales y recursos didácticos

1. Introducción

Siguiendo las instrucciones dadas al inicio de curso 2022-2023 para institutos de secundaria; por la Consejería de educación de Cantabria; se realiza una hoja informativa cuyo contenido será entregado a cada alumno de forma individualizada; y a su vez publicada, junto con la programación en la página web del centro, en la que se deja constancia de forma clara, concreta y precisa los criterios de evaluación y calificación en el módulo de Gestión del pequeño comercio

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. Contenidos y temporalización

Para el contenido de este módulo se va a trabajar con el libro de texto "Gestión de un pequeño comercio" de la editorial Editex y su material complementario

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 trámites 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 transversal: El plan de negocio

Total de horas asignadas al módulo: 160 horas.

El desarrollo y evaluación de la unidad 12 se llevará a cabo en el módulo de SAC.

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 diciembre de 2023 y en marzo de 2024.

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 trámites para constituir la empresa.
- Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.

Segunda evaluación:

- 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 transversal: El plan de negocio se desarrolla a lo largo de las 2 evaluaciones y consistirá en la planificación y puesta en marcha de un mercadillo solidario de segunda mano y la elaboración de un plan de empresa.

Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma.

BLOQUES 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	X						
X								Unidad 1. Empresa, empresario y emprendedor.	8	X						
		X		X				Unidad 2. ¿Tenemos una idea?	10		X					
			X					Unidad 3. La financiación en la empresa.	12		X					
	X							Unidad 4. La elección de la forma jurídica.	12		X					
		X				X		Unidad 5. Los tramites para constituir la empresa.	12			X				
						X		Unidad 6. La contabilidad en nuestra empresa.	16			X				
				X				Unidad 7. El análisis de la información contable.	12				X			
		X				X		Unidad 8. El personal en la empresa.	8					X		
						X		Unidad 9. La fiscalidad en la empresa (I)	16					X		
						X		Unidad 10. La fiscalidad en la empresa (II)	16						X	
					X			Unidad 11. Documentación necesaria en una empresa.	8						X	X
X	X	X	X	X	X	X	X	Unidad Transversal. El plan de negocio y Mercatac.	20	X	X	X	X	X	X	X
TOTALES									160							

3. Objetivos generales del módulo

- 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 a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para 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.

4. 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.

5. Criterios de evaluación y estándares de aprendizaje evaluables

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

fuelle 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.

6. Criterios de calificación y procedimientos de evaluación

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La correcta asimilación de las materias impartidas demostrada en las pruebas objetivas y ejercicios.
- La realización satisfactoria durante el curso de los trabajos propuestos.
- Las pruebas objetivas individuales realizadas durante la evaluación.

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

Pruebas objetivas escritas: 70%

Ejercicios y supuestos prácticos: 30%

En la segunda evaluación, la calificación del proyecto transversal “Mercadillo solidario” y del plan de empresa supondrá el 50% de la calificación destinada a ejercicios y supuestos prácticos.

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.

EVALUACIÓN	EXAMEN	PONDERACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	1º examen	25%	Tema 1 y 2
	2º examen	35%	Tema 3 y 4
	3º examen	40%	Tema 5 y 6
2ª evaluación	1º examen	30%	Tema 7 y 8
	2º examen	30%	Tema 9
	3º examen	40%	Tema 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota global media igual o superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá recuperar la o las evaluaciones suspensas en la primera evaluación final ordinaria del mes de marzo.

Consideraciones a tener en cuenta sobre redondeos en la calificación:

- La nota final de módulo (media aritmética de las dos evaluaciones superadas) no se realizará con las notas que aparecen en el boletín (nota sin decimales), si no con las medias registradas por la profesora (calificaciones con dos dígitos reales).

- Los redondeos a números enteros se harán de la siguiente manera:
 De 5 a 5,7 será un 5, y de 5,71 en adelante un 6
 De 6 a 6,7 será un 6, y de 6,71 en adelante un 7
 De 7 a 7,7 será un 7, y de 7,71 en adelante un 8
 De 8 a 8,7 será un 8, y de 9,71 en adelante un 9
 De 9 a 9,7 será un 9, y de 9,71 en adelante un 10

6.1 Recuperación del módulo en la primera evaluación ordinaria final.

Aquellos alumnos que no obtengan calificación positiva en una evaluación podrán recuperar en la primera evaluación final ordinaria en el mes de marzo, según el calendario que establezca Jefatura de Estudios. La prueba objetiva incluirá todas las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

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

Ejercicios y supuestos prácticos realizados durante la evaluación no superada: 30%

Pruebas objetivas escritas: 70%

EVALUACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	Temas 1, 2, 3, 4, 5 y 6
2ª evaluación	Temas 7, 8, 9, 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota global superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá recuperar la o las evaluaciones suspensas en la segunda evaluación final ordinaria del mes de junio.

6.2 Recuperación del módulo en la segunda evaluación ordinaria 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, en la 2ª evaluación final de 2º (Junio).

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 en el aula el alumno o la alumna para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo.

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La realización satisfactoria de las actividades de recuperación en el aula de marzo a junio.
- Las pruebas objetivas individuales escritas de la o las evaluaciones pendientes, basadas en los contenidos básicos del módulo.

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

Ejercicios y supuestos prácticos realizados durante la evaluación no superada: 30%

Pruebas objetivas escritas: 70%

EVALUACIÓN	TEMAS
1ª evaluación	Temas 1, 2, 3, 4, 5 y 6
2ª evaluación	Temas 7, 8, 9, 10 y 11

Solamente se tendrá en cuenta la nota de los ejercicios prácticos de recuperación, si el alumno obtiene en las pruebas objetivas de cada evaluación una nota igual o superior a **4 sobre 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 del módulo será negativa y el alumno deberá repetir el módulo el curso siguiente.

7. Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Las Llamas" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro

estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.

4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.

5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.

6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.

7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.

8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.

9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.

10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.

13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

8. Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes.

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

9. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo

Los contenidos mínimos de conocimientos que el alumno deberá poseer para la superación del módulo son los siguientes:

- 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. Materiales y recursos didácticos

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

- Libro de texto "Gestión de un pequeño comercio" de la editorial Editex y su material complementario.
- Equipos y programas informáticos.
- Proyector, presentaciones, casos prácticos, noticias, videos, documentos de empresas, declaraciones fiscales, etc.
- Microsoft 365
- Páginas web relacionadas con el módulo.