

**HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNO DEL MÓDULO DE PROCESOS  
DE VENTA DEL CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO DE TÉCNICO  
EN ACTIVIDADES COMERCIALES  
CURSO 2025/2026**

Módulo profesional: **1232 Procesos de venta.**

**Horas: 166**

**Unidades de trabajo**

- 1.La decisión de compra del consumidor
- 2.El departamento de ventas
- 3.El equipo de ventas
- 4.Los vendedores
- 5.Prospección y preparación de la presentación
- 6.Técnicas de venta y comunicación
- 7.El contrato de compraventa
- 8.Documentos de formalización de la venta
- 9.Documentos de formalización de cobro y pago
- 10.Documentos de formalización de cobro y pago: Pago aplazado
- 11.Determinación del precio de venta
- 12.El interés y el descuento en las operaciones comerciales

**DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS**

| UT | TÍTULO UNIDADES DE TRABAJO                   | HORAS | Temporalización |
|----|--|-------|-----------------|
| 1  | La decisión de compra del consumidor         | 12    | 1ª Evaluación   |
| 2  | El departamento de ventas                    | 13    | 1ª Evaluación   |
| 3  | El equipo de ventas                          | 16    | 1ª Evaluación   |
| 4  | Los vendedores                               | 15    | 1ª Evaluación   |
| 5  | Prospección y preparación de la presentación | 10    | 2ª Evaluación   |
| 6  | Técnicas de venta y comunicación             | 20    | 2ª Evaluación   |

|    |  |    |               |
|----|--|----|---------------|
| 7  | El contrato de compraventa                                 | 10 | 2ª Evaluación |
| 8  | Documentos de formalización de la venta                    | 15 | 2ª Evaluación |
| 9  | Documentos de formalización de cobro y pago                | 12 | 3ª Evaluación |
| 10 | Documentos de formalización de cobro y pago: Pago aplazado | 12 | 3ª Evaluación |
| 11 | Determinación del precio de venta                          | 16 | 3ª Evaluación |
| 12 | El interés y el descuento en las operaciones comerciales   | 15 | 3ª Evaluación |

El módulo tiene asignada una carga horaria de **166 horas** impartándose 5 períodos lectivos a la semana.

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Este módulo persigue los siguientes resultados de aprendizaje:

RA 1. Identificar el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

RA 2. Definir las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

RA 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

RA 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

RA 5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

RA 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

RA 7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

En el módulo de procesos de venta, la ponderación de los resultados de aprendizaje es la siguiente:

|     |     |
|-----|-----|
| RA1 | 10% |
| RA2 | 15% |
| RA3 | 15% |
| RA4 | 25% |
| RA5 | 10% |
| RA6 | 15% |
| RA7 | 10% |

### **Correspondencia de las unidades didácticas con los resultados de aprendizaje**

Las unidades de trabajo en las que se distribuirá la impartición del módulo PRV en relación a los resultados de aprendizaje son las siguientes:

| UNIDADES DETRABAJO   | RESULTADOS DE APRENDIZAJE  |
|--|--|
| 1.La decisión de compra del consumidor   | RA 1. Identificar el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.                       |
| 2.El departamento de ventas<br>3.El equipo de ventas<br>4.Los vendedores                               | RA 2. Definir las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.                    |
| 2.El departamento de ventas<br>3.El equipo de ventas<br>5.Prospección y preparación de la presentación | RA 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.                                    |
| 5.Prospección y preparación de la presentación<br>6.Técnicas de venta y comunicación                   | RA 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa. |
| 7.El contrato de compraventa   | RA 5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.                                |

|   |  |
|---|--|
| 8.Documentos de formalización de la venta                     | RA 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios. |
| 9.Documentos de formalización de cobro y pago                 |  |
| 10.Documentos de formalización de cobro y pago: Pago aplazado |  |
| 11.Determinación del precio de venta                          | RA 7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.                  |
| 12.El interés y el descuento en las operaciones comerciales   |  |

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN, PONDERACIÓN E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:**

Estos resultados de aprendizaje se concretan en los siguientes criterios de evaluación, con su ponderación y las actividades de evaluación correspondientes.

**RA 1.** Identificar el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

| <b>%</b> | <b>Criterios de evaluación</b>   | <b>Actividades de evaluación</b>             |
|----------|--|--|
| 1        | a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.                   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.                                | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.                                     | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.       | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.         | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.                 | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.          | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

**RA 2.** Definir las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

| <b>%</b> | <b>Criterios de evaluación</b>  | <b>Actividades de evaluación</b>             |
|----------|---|--|
| 2        | a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 3        | b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.        | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

**RA 3.** Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

| <b>%</b> | <b>Criterios de evaluación</b>   | <b>Actividades de evaluación</b>             |
|----------|--|--|
| 2        | a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 2 | e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente. | Caso práctico                                |
| 1 | f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 3 | h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permite optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.   | Prueba escrita y Caso práctico               |

**RA 4.** Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

| % | Criterios de evaluación  | Actividades de evaluación                    |
|---|--|--|
| 2 | a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM).        | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 5 | d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 4 | f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 4 | g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 4 | h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

**RA 5.** Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

| <b>%</b> | <b>Criterios de evaluación</b>   | <b>Actividades de evaluación</b>             |
|----------|--|--|
| 1        | a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.  | Caso práctico                                |
| 1        | d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2        | g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

**RA 6.** Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

| <b>%</b> | <b>Criterios de evaluación</b>  | <b>Actividades de evaluación</b>             |
|----------|---|--|
| 3        | a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1        | b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenda, teléfono móvil e Internet, entre otros) | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 3 | c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.                | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1 | d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.   | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1 | e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.   | Caso práctico                                |
| 2 | g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.          | Caso práctico                                |
| 2 | h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.             | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

**RA 7.** Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

| % | Criterios de evaluación   | Actividades de evaluación                    |
|---|---|--|
| 2 | a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 2 | c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.          | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1 | d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1 | e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

|   |   |  |
|---|---|--|
| 1 | f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.  | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |
| 1 | g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión. | Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%) |

## RA CLAVES DEL MÓDULO

Los RA clave del módulo “Procesos de venta” son: RA 1, RA 2, RA 3, RA 4, RA 6 y RA 7 porque abordan los momentos esenciales del proceso de venta (análisis del cliente, organización del proceso, entrevista-negociación-cierre, cálculo económico, gestión documental) y al mismo tiempo están directamente vinculados con los objetivos generales y competencias del título, y pueden hacerse muy significativos en el contexto de Cantabria (pymes, comercio regional, contacto directo cliente-empresa). Además, abarcan tanto la dimensión técnica (“saber hacer”: cálculo, documentación, organización) como la dimensión personal/social (perfil del vendedor, motivación, atención al cliente) y la dimensión emprendedora/empresa (conocer cliente, fijar precios, vender eficazmente). Estos tres planos (técnico, personal/social, empresarial) coinciden con la propia orientación del título.

### RA importante, pero no tan clave

El **RA 5** es importante porque el conocimiento contractual y normativo es imprescindible para la seguridad jurídica de las operaciones de venta, especialmente si la empresa opera con ventas a plazos, leasing, renting, etc, sin embargo, considerando los objetivos del módulo “Procesos de venta”, que se centran más en la actuación comercial (venta, negociación, cierre, cálculo) y la gestión operativa (documentación, pago/cobro), la formalización de contratos puede considerarse complementaria: es una capa normativa-legal que refuerza, pero no la parte central de la venta (la venta es el acto, la negociación; el contrato es ya posterior o paralelo).

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Para acreditar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje se tendrán en cuenta las actividades, trabajos individuales, grupales, así como las pruebas objetivas desarrolladas en el aula y conectadas con los diferentes criterios de evaluación.

Al finalizar cada trimestre, el alumno recibirá una calificación parcial en función de los Resultados de Aprendizaje superados hasta la fecha. Se considera superado un resultado de aprendizaje cuando ponderado sus criterios de evaluación obtenga el 50% (5) en el mismo.

Dentro de las actividades de evaluación, en los casos en los que exista prueba escrita y casos prácticos se tendrá en cuenta que el caso práctico tendrá una ponderación del 20% y la prueba

escrita un 80%.

La calificación del módulo se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado en resultados de aprendizaje indicados, en función de la ponderación de los criterios de evaluación.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumnado cuando obtenga una media ponderada igual o superior a 5 en las calificaciones de los resultados de aprendizaje, según los criterios de evaluación establecidos, y siempre que haya alcanzado una nota igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje considerados clave.

### **Calificación final del módulo**

En el mes de junio, se convocará a los alumnos que tengan algún RA suspenso a una prueba final para recuperar los resultados de aprendizaje no superados.

La calificación final del módulo se calculará mediante una media ponderada de las calificaciones obtenidas por el alumnado en cada resultado de aprendizaje, teniendo en cuenta el peso asignado a cada criterio de evaluación. Además, será imprescindible obtener una nota superior a 5 en los resultados de aprendizaje considerados clave para poder superar el módulo.

## **ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.**

Para superar el módulo el alumnado tiene que superar todos los resultados de aprendizaje clave.

Los RA clave del módulo "Procesos de venta" son: RA 1, RA 2, RA 3, RA 4, RA 6 y RA 7.

## **MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.**

Como recursos metodológicos, con los que poder aplicar los principios anteriormente señalados, podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

### **A. Personales:**

- Explicaciones del profesor de cada uno de los temas.
- Profesionales y expertos a través de talleres, charlas, coloquios, etc.

### **B. Materiales:**

El libro de texto que se utilizará para la impartición del módulo es el siguiente:

Ramón Colet Areán, José Eduardo Pilío Morán, Emilia García Muñoz, David Hedo Hernando. (2021). Procesos de Venta. McGraw Hill.

### **Impresos:**

- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...

- Documentos propios de utilización en cada área: pedidos, albaranes, facturas, cheque, letras de cambio, etc.

**Periódicos y revistas especializadas:**

- El Diario Montañés, El País, El Mundo, revista emprendedores, etc.

**Audiovisuales/ Informáticos:**

- Equipo informático.
- Proyector y altavoces para visualizar presentaciones de PowerPoint de las unidades didácticas, videos relacionados con el tema, etc.
- La plataforma Microsoft Office 365 donde los alumnos podrán acceder a los recursos del módulo.

**C. Ambientales/ Físicos:**

Estructurales o propios del ámbito escolar: Aulas de informática y biblioteca.