

Programación didáctica del módulo: 1227 Gestión de un Pequeño Comercio

2º curso del CFGM: Técnico en Actividades Comerciales

Curso 2025-2026

Noelia Medrano del Río
Comercio y Marketing
IES LAS LLAMAS
SANTANDER

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. EL TÍTULO DE TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES.....	4
2.1 Identificación.....	4
2.2 Perfil profesional del título.....	4
2.3 Competencia general.....	5
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. OBJETIVOS DEL MÓDULO PROFESIONAL: GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO.....	10
3.1 Objetivos generales del módulo.....	11
3.2 Competencias del módulo.....	11
3.3 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.....	12
4. Relación entre Objetivos Generales del Ciclo y Resultados de Aprendizaje.....	13
5. CONTENIDOS.....	18
5.1 Estructura de los contenidos.....	18
5.2 Relación estructura de contenidos - Bloques temáticos - Resultados de aprendizaje (RA).....	20
5.3 Relación entre Unidades de trabajo y Resultados de Aprendizaje.....	22
5.4 Relación secuencial de Unidades de Trabajo.....	23
5.5 Temporalización.....	23
6. METODOLOGÍA.....	24
6.1 Principios metodológicos.....	24
6.2 Metodología didáctica a aplicar.....	25
7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	25
8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	26
9. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPOS.....	26
10. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.....	27
11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	27
12. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	27
12.1 Principios generales de la evaluación.....	27
12.2 Procedimientos e instrumentos de evaluación.....	27

13.	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	28
13.1	Principios generales de la evaluación.....	36
13.2	Procedimientos e instrumentos de evaluación.	36
13.3	Calificación final del módulo.....	37
14.	PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.	38
15.	ASPECTOS CURRICULARES MINIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.	39
16.	RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS	39
17.	PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE.....	39
18.	BLIOGRAFÍA.	43

1. INTRODUCCIÓN.

El título de “**Técnico en Actividades Comerciales**” y sus enseñanzas mínimas se regulan por el **Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre**, modificado por el **Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo**, y se desarrollan conforme al **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, que establece la ordenación del nuevo Sistema de Formación Profesional. Esta normativa se basa en el **Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales**, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

En la Comunidad Autónoma de Cantabria, el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales se establece mediante la **Orden ECD/82/2014, de 25 de junio**, vigente en tanto no se publique una nueva orden autonómica que adapte el currículo al marco del RD 659/2023. La Consejería de Educación ha iniciado un proceso de transición normativa, aplicando un **modelo transitorio** durante los cursos 2024-25 y 2025-26, en el que se mantiene el currículo anterior en segundo curso y se comienza a aplicar el nuevo modelo en primero.

El módulo “**Gestión de un pequeño comercio**” (código 1227) se imparte en el segundo curso del ciclo formativo 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, así como para gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente. En el marco del RD 659/2023, se promueve la **dualización progresiva** de los módulos, permitiendo que parte de los resultados de aprendizaje puedan ser evaluados en el entorno empresarial, en coordinación con la Formación en Empresa (FEM), que sustituye a la antigua FCT.

2. EL TÍTULO DE TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES

2.1 Identificación.

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

- **Denominación:** Actividades Comerciales.
- **Nivel:** Formación Profesional de Grado Medio, correspondiente al **Grado C** del Sistema de Formación Profesional según el RD 659/2023.
- **Duración:** 2.000 horas, distribuidas en dos cursos académicos.
- **Familia Profesional:** Comercio y Marketing.
- **Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE):** Nivel 3B.
- **Marco normativo:** Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, en desarrollo de la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo.

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.

Su **competencia general**, que 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, sostenibilidad y seguridad establecidas, respetando la legislación vigente y utilizando herramientas digitales propias del entorno comercial.

2.4 Competencias profesionales, personales y sociales.

Las **competencias profesionales, personales y sociales** del título de **Técnico en Actividades Comerciales** en la Comunidad Autónoma de Cantabria son las siguientes:

a) Realizar **proyectos de viabilidad, puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia 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, rentabilidad y respeto a la normativa aplicable.

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

d) Organizar las operaciones de **almacenaje de mercancías** en condiciones que garanticen su conservación, optimizando recursos humanos, materiales y espaciales según procedimientos establecidos.

e) Garantizar el **aprovisionamiento** del pequeño negocio, anticipando necesidades de compra para mantener el nivel de servicio requerido por la demanda de clientes o consumidores.

f) Animar el punto de venta en establecimientos comerciales mediante técnicas de **merchandising**, alineadas con los objetivos del plan de comercialización de la empresa.

g) Ejecutar acciones de **comercio electrónico**, gestionando la página web y los canales digitales de comunicación de la empresa, conforme al plan de marketing digital.

h) Realizar la **gestión comercial y administrativa** del establecimiento utilizando herramientas digitales adecuadas para automatizar tareas y procesos.

i) Aplicar acciones de **marketing** definidas en el plan de la organización, identificando necesidades del cliente, factores de precio, canales de distribución y técnicas de comunicación.

j) Implementar planes de **atención al cliente**, gestionando sistemas de información que garanticen la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

k) Realizar **ventas especializadas**, adaptando el argumentario comercial a las características específicas de cada caso, para alcanzar los objetivos definidos por la dirección comercial.

l) Gestionar en **inglés las relaciones con clientes**, usuarios o consumidores, asegurando el seguimiento de las operaciones y el nivel de servicio prestado.

m) **Adaptarse a nuevas situaciones laborales** derivadas de cambios tecnológicos y organizativos, actualizando conocimientos mediante el aprendizaje permanente y el uso de TIC.

n) Actuar con **responsabilidad y autonomía** en su ámbito profesional, organizando y desarrollando el trabajo asignado, colaborando en equipo con otros profesionales.

ñ) Resolver de forma responsable las **incidencias** relacionadas con su actividad, identificando sus causas dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) **Comunicarse** eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas implicadas en el entorno laboral.

p) Aplicar protocolos y medidas preventivas de **riesgos laborales y protección ambiental** durante el proceso productivo, para evitar daños a personas y al entorno.

q) Incorporar procedimientos de **calidad, accesibilidad universal y diseño para todos** en las actividades profesionales vinculadas a la producción o prestación de servicios.

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

s) Ejercer sus **derechos** y cumplir con las **obligaciones** derivadas de su actividad profesional, 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). Esta cualificación profesional se mantiene vigente y 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 o 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.

Este conjunto de cualificaciones y unidades de competencia forma parte del **Grado C** del nuevo Sistema de Formación Profesional, según el RD 659/2023, y se integra en el **Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales**

2.6 Entorno profesional.

Las personas que obtienen el título de **Técnico en Actividades Comerciales** ejercen su actividad en cualquier sector productivo, dentro del área de comercialización, tanto en empresas como en organismos públicos, realizando tareas de venta de productos y/o servicios a través de distintos canales de comercialización, así como funciones de organización y gestión de su propio comercio.

En el marco del nuevo **Sistema de Formación Profesional** regulado por el **RD 659/2023**, se promueve una formación más conectada con el entorno laboral, mediante la **formación en empresa (FEM)**, que permite desarrollar parte de los resultados de aprendizaje en contextos reales de trabajo.

Las personas tituladas pueden trabajar:

- Por cuenta propia, gestionando un pequeño comercio o tienda tradicional.
- Por cuenta ajena, en departamentos o secciones de comercialización de empresas de distintos tamaños y sectores.
- En la comercialización de productos y servicios fuera del establecimiento físico, incluyendo canales digitales.
- En departamentos comerciales de pymes, empresas industriales y grandes superficies.
- En servicios de atención al cliente, consumidor o usuario, tanto en empresas privadas como en organismos públicos.

Las **ocupaciones y puestos de trabajo** más relevantes son:

- Vendedor/a.

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

2.7 Objetivos generales del ciclo formativo.

Los objetivos generales del ciclo formativo de Técnico en Actividades Comerciales se alinean con las competencias profesionales, personales y sociales que debe adquirir el alumnado, en el marco del nuevo Sistema de Formación Profesional. Estos objetivos se concretan en:

- a) Identificar oportunidades de emprendimiento en el ámbito comercial, valorando su viabilidad y sostenibilidad, e incorporando criterios éticos y de impacto social.
- b) Determinar los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha de un pequeño comercio, considerando su entorno y características.
- c) Gestionar operaciones de compraventa, cobros y pagos, utilizando medios físicos y digitales, para administrar eficazmente un establecimiento comercial.
- d) Atender pedidos y necesidades de clientes a través de distintos canales de comercialización, aplicando técnicas de venta y comunicación.
- e) Aplicar procedimientos de seguimiento postventa y resolución de reclamaciones, garantizando la satisfacción del cliente.

- f) Organizar las operaciones de almacén, controlando stocks y aplicando la normativa vigente en seguridad, higiene y prevención de riesgos.
- g) Utilizar herramientas digitales para gestionar el aprovisionamiento, realizar previsiones de demanda y coordinar compras a proveedores.
- h) Seleccionar proveedores y negociar condiciones de suministro, manteniendo el nivel de servicio requerido.
- i) Diseñar y mantener la imagen del punto de venta, aplicando criterios comerciales y de marketing visual.
- j) Implementar estrategias de promoción y fidelización, organizando la exposición del surtido y dinamizando el espacio comercial.
- k) Gestionar contenidos en páginas web comerciales, optimizando su posicionamiento y funcionalidad para el comercio electrónico.
- l) Aplicar técnicas de marketing digital y comunicación en redes sociales para potenciar la presencia online del comercio.
- m) Utilizar aplicaciones informáticas propias del sector comercial para elaborar documentación y gestionar procesos administrativos.
- n) Analizar el mercado y el entorno comercial, aplicando políticas de marketing y organizando la información relevante.
- ñ) Ejecutar planes de atención al cliente, asesorando con profesionalidad y gestionando quejas y reclamaciones.
- o) Aplicar técnicas de venta especializada según el tipo de producto o servicio y el subsector comercial.
- p) Comunicarse en inglés en contextos comerciales, tanto oralmente como por escrito, para gestionar relaciones con clientes y proveedores.
- q) Utilizar recursos de aprendizaje permanente y tecnologías digitales para actualizar conocimientos y mejorar la empleabilidad.
- r) Participar en equipos de trabajo, valorando la colaboración, el respeto y la toma de decisiones compartidas.
- s) Resolver problemas y contingencias laborales con creatividad, responsabilidad y autonomía.
- t) Aplicar técnicas de comunicación eficaces, adaptadas al contexto, al contenido y al receptor.

u) Identificar riesgos laborales y ambientales, aplicando medidas preventivas y protocolos de seguridad.

v) Incorporar criterios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas en el entorno comercial.

w) Aplicar técnicas de mejora continua en los procesos de trabajo, orientadas a la calidad y la eficiencia.

x) Desarrollar iniciativas emprendedoras y gestionar actividades empresariales básicas en el ámbito comercial.

y) Reconocer los derechos y deberes laborales y sociales, participando activamente como ciudadano democrático en el entorno profesional.

3. OJETIVOS DEL MÓDULO PROFESIONAL: GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO.

Elemento	Descripción actualizada
Módulo profesional	Gestión de un pequeño comercio
Código	1227
Ciclo formativo	Actividades Comerciales
Grado	Medio (Grado C del Sistema de Formación Profesional)
Familia Profesional	Comercio y Marketing
Duración	160 horas (según currículum vigente en Cantabria)
Curso	Segundo
Especialidad del profesorado	Organización y Gestión Comercial
Tipo de módulo	Asociado a unidad de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales
Unidad de competencia asociada	UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad
Marco normativo	Real Decreto 659/2023, de 18 de julio; Orden ECD/82/2014 (vigente en Cantabria)

3.1 Objetivos generales del módulo.

La formación del módulo **Gestión de un pequeño comercio** contribuye a alcanzar los siguientes **objetivos generales del ciclo formativo**:

- a) Identificar oportunidades de emprendimiento en el ámbito comercial, valorando su viabilidad y sostenibilidad, e incorporando criterios éticos y de impacto social.
- b) Determinar los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha de un pequeño comercio, considerando su entorno y características.
- c) Gestionar operaciones de compraventa, cobros y pagos, utilizando medios físicos y digitales, para administrar eficazmente un establecimiento comercial.
- q) Utilizar recursos de aprendizaje permanente y tecnologías digitales para actualizar conocimientos y mejorar la empleabilidad.
- r) Participar en equipos de trabajo, valorando la colaboración, el respeto y la toma de decisiones compartidas.
- s) Resolver problemas y contingencias laborales con creatividad, responsabilidad y autonomía.
- t) Aplicar técnicas de comunicación eficaces, adaptadas al contexto, al contenido y al receptor.
- u) Identificar riesgos laborales y ambientales, aplicando medidas preventivas y protocolos de seguridad.
- v) Incorporar criterios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas en el entorno comercial.
- w) Aplicar técnicas de mejora continua en los procesos de trabajo, orientadas a la calidad y la eficiencia.
- x) Desarrollar iniciativas emprendedoras y gestionar actividades empresariales básicas en el ámbito comercial.
- y) Reconocer los derechos y deberes laborales y sociales, participando activamente como ciudadano democrático en el entorno profesional.

3.2 Competencias del módulo.

La formación del módulo **Gestión de un pequeño comercio** contribuye a alcanzar las siguientes **competencias profesionales, personales y sociales del título**:

- a) Elaborar proyectos de viabilidad y puesta en marcha de pequeños negocios comerciales, 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, rentabilidad y responsabilidad social.

m) Adaptarse a los cambios tecnológicos y organizativos en los procesos comerciales, actualizando conocimientos mediante aprendizaje permanente y uso de herramientas digitales.

n) Actuar con autonomía y responsabilidad en el ámbito profesional, organizando el trabajo asignado y cooperando eficazmente en equipos multidisciplinares.

ñ) Resolver incidencias y contingencias propias de la actividad comercial, identificando causas y aplicando soluciones creativas y responsables.

o) Comunicarse de manera eficaz en contextos profesionales, respetando la diversidad y la competencia de las personas implicadas.

p) Aplicar protocolos y medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental, garantizando la seguridad y sostenibilidad en el entorno de trabajo.

q) Incorporar criterios de calidad, accesibilidad universal y diseño para todas las personas en las actividades comerciales y de prestación de servicios.

r) Desarrollar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa, mostrando iniciativa y espíritu emprendedor.

s) Ejercer derechos y cumplir obligaciones derivadas de la actividad profesional, participando activamente en la vida económica, social y cultural, conforme al marco legal vigente.

3.3 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. Identifica oportunidades de emprendimiento y analiza iniciativas para la creación de un pequeño comercio, valorando su viabilidad, impacto social y ambiental, e incorporando principios éticos y sostenibilidad.

RA2. Determina la forma jurídica más adecuada para la empresa y los trámites necesarios para su constitución y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral, fiscal y de protección de datos vigente.

RA3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, definiendo sus características, estructura organizativa y plan de viabilidad económica y financiera, asegurando su sostenibilidad.

RA4. Diseña un plan básico de inversiones, identificando activos fijos, modalidades de adquisición y fuentes de financiación, en función de las características del negocio y del surtido comercial.

RA5. Planifica la gestión económica y la tesorería del comercio, estableciendo sistemas de fijación de precios y estrategias que garanticen la rentabilidad y competitividad del negocio.

RA6. Gestiona la documentación comercial y financiera derivada de operaciones de compraventa, cobros y pagos, utilizando herramientas digitales y cumpliendo la normativa mercantil y fiscal.

RA7. Organiza el proceso administrativo, contable y fiscal del comercio, aplicando la legislación vigente y los principios del Plan General de Contabilidad para pymes, integrando herramientas TIC.

RA8. Diseña e implanta un plan de atención al cliente basado en calidad, proximidad y personalización, incorporando estrategias de fidelización y diferenciación competitiva.

A continuación, se establecen cuáles son los resultados de aprendizaje que contribuyen a que se alcance cada objetivo general del ciclo formativo conforme al **Real Decreto 659/2023** y la normativa vigente en Cantabria para el ciclo **Actividades Comerciales** y el módulo **Gestión de un pequeño comercio**.

4. Relación entre Objetivos Generales del Ciclo y Resultados de Aprendizaje

Objetivo general del ciclo	Resultados de aprendizaje
a) Identificar oportunidades de emprendimiento y valorar su viabilidad.	RA1, RA3
b) Determinar recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño comercio.	RA3, RA4
c) Gestionar operaciones de compraventa y cobros/pagos con medios físicos y digitales.	RA6, RA7
q) Utilizar recursos de aprendizaje permanente y TIC para actualizar conocimientos.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
r) Participar en equipos de trabajo con responsabilidad y autonomía.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
s) Resolver problemas y contingencias laborales con creatividad.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
t) Aplicar técnicas de comunicación eficaces en contextos profesionales.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
u) Identificar riesgos laborales y ambientales y aplicar medidas preventivas.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8

v) Incorporar criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
w) Aplicar técnicas de mejora continua orientadas a la calidad.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8
x) Desarrollar iniciativas emprendedoras y gestionar actividades empresariales básicas.	RA1, RA3
y) Reconocer derechos y deberes laborales y sociales en el entorno profesional.	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8

Relación de los criterios de evaluación en función de los resultados de aprendizaje:

RA1. Analiza oportunidades de emprendimiento y creación de un pequeño comercio, valorando impacto social y ambiental e incorporando principios éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la cultura emprendedora como fuente de empleo, innovación y bienestar social.
- b) Se ha reconocido la importancia de la iniciativa, creatividad, formación y colaboración para el éxito empresarial.
- c) Se han descrito las funciones básicas de la empresa y su interrelación como sistema integral.
- d) Se ha analizado la responsabilidad social corporativa y su relevancia en la estrategia empresarial.
- e) Se han identificado prácticas empresariales sostenibles y éticas, respetuosas con el medioambiente.
- f) Se han analizado factores del entorno general (económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales) que influyen en el comercio.
- g) Se han identificado elementos del microentorno (competencia, proveedores, intermediarios, reguladores).
- h) Se han valorado las ventajas del comercio de proximidad frente a grandes superficies y venta online.
- i) Se han identificado organismos y plataformas que ofrecen asesoramiento y recursos digitales para emprendedores.

RA2. Determina la forma jurídica y los trámites para la creación y puesta en marcha del comercio, aplicando normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han comparado las formas jurídicas posibles, analizando características, obligaciones y responsabilidad.
- b) Se han calculado los costes de constitución y puesta en marcha según la forma jurídica elegida.
- c) Se ha obtenido información sobre ayudas y subvenciones, identificando requisitos y trámites.
- d) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada mediante análisis comparativo.
- e) Se ha consultado normativa nacional, autonómica y local aplicable al pequeño comercio.
- f) Se han determinado trámites administrativos, autorizaciones y licencias necesarias, identificando organismos competentes.
- g) Se han identificado obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas de la actividad.
- h) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para la creación y puesta en marcha del negocio.

RA3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, incluyendo estudio de viabilidad y sostenibilidad.**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha definido la ubicación y características del comercio según zona de influencia, perfil de clientes y productos.
- b) Se ha realizado un análisis DAFO, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- c) Se ha diseñado la oferta comercial en función de tendencias, competencia y perfil del cliente.
- d) Se ha elaborado un plan básico de inversiones, detallando activos fijos, adquisición y financiación.
- e) Se ha establecido una política de precios coherente con los objetivos del negocio.
- f) Se ha realizado un estudio de viabilidad económica y financiera, incluyendo cuenta de resultados y ratios.
- g) Se ha valorado la contratación de personal, definiendo costes, perfiles y funciones.
- h) Se ha analizado la incorporación de innovaciones tecnológicas y formación continua.

i) Se ha evaluado la posibilidad de comercialización online y venta a distancia, considerando costes y beneficios.

RA4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando activos fijos, forma de adquisición y recursos financieros.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado necesidades de local, mobiliario, equipos y sistemas de cobro según el modelo de negocio.

b) Se ha obtenido información sobre ayudas y subvenciones para equipamiento.

c) Se ha evaluado la forma de adquisición del local (compra, traspaso, alquiler), analizando costes y obligaciones.

d) Se ha analizado la financiación bancaria, requisitos y garantías para préstamos y créditos.

e) Se han valorado opciones de leasing y renting para equipos, calculando costes y condiciones.

f) Se ha seleccionado la forma más adecuada de financiación y adquisición, evaluando riesgos.

g) Se han identificado pólizas de seguros necesarias según exigencias legales y contingencias.

RA5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo estrategias que garanticen rentabilidad y sostenibilidad.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido sistemas de fijación de precios considerando costes, márgenes, impuestos, ciclo de vida del producto, competencia y percepción del cliente.

b) Se han realizado previsiones de demanda, ingresos y gastos utilizando fuentes externas y herramientas digitales.

c) Se han establecido plazos, medios de pago y condiciones financieras adaptadas a la capacidad económica del negocio y prácticas del sector.

d) Se ha elaborado un calendario de cobros y pagos que asegure liquidez diaria.

e) Se ha previsto un sistema para comprobar periódicamente la liquidez y ajustar compromisos financieros.

f) Se han calculado costes financieros y riesgos asociados a cobros y negociación de efectos comerciales.

g) Se han estimado costes de personal y cargas sociales.

h) Se ha definido un procedimiento para evaluar la situación económica mediante ratios de rentabilidad, solvencia y liquidez.

RA6. Gestiona la documentación comercial y financiera derivada de operaciones de compraventa, cumpliendo normativa mercantil y fiscal.

Criterios de evaluación:

a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal aplicable a la facturación, incluyendo facturación electrónica.

b) Se han identificado obligaciones del IVA y su aplicación en operaciones comerciales.

c) Se han elaborado facturas utilizando herramientas informáticas, conforme a normativa vigente.

d) Se ha realizado el registro periódico de facturas según normativa del IVA.

e) Se han gestionado documentos de cobro y pago en distintos medios.

f) Se han preparado remesas para gestión bancaria y negociación de efectos comerciales.

g) Se han elaborado documentos para operaciones de descuento y negociación.

RA7. Organiza el proceso administrativo, contable y fiscal del comercio, aplicando normativa vigente y herramientas digitales.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado funciones contables y libros obligatorios.

b) Se han diferenciado partidas del balance y su relación funcional.

c) Se han registrado operaciones contables según el Plan General Contable para pymes, utilizando software específico.

d) Se ha calculado la amortización del inmovilizado conforme a normativa fiscal.

e) Se ha determinado el resultado del ejercicio y elaborado cuentas anuales.

f) Se han cumplimentado declaraciones periódicas del IVA según régimen aplicable.

g) Se han identificado obligaciones fiscales derivadas de beneficios (IRPF o IS).

h) Se ha valorado la necesidad de asesoramiento externo en función de la complejidad del negocio.

RA8. Diseña e implanta un plan de atención al cliente basado en calidad, proximidad y personalización, potenciando la competitividad.

Criterios de evaluación:

- a) Se han adaptado las características del comercio a sistemas normalizados de calidad y buenas prácticas.
- b) Se han definido pautas de atención al cliente según normas UNE y estándares sectoriales.
- c) Se han establecido servicios adicionales (envío a domicilio, postventa) valorando coste y efectividad.
- d) Se han fijado horarios, períodos de rebajas y promociones conforme a normativa local.
- e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios accesible y coherente con el TPV.
- f) Se ha definido un procedimiento para gestionar incidencias y reclamaciones conforme a normativa de consumo.
- g) Se ha establecido un protocolo para mantenimiento de instalaciones y seguridad del surtido.
- h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando confidencialidad y protección de datos.

5. CONTENIDOS

5.1 Estructura de los contenidos.

Según el **RD 659/2023** y la normativa vigente en Cantabria, la estructura de los contenidos del módulo **Gestión de un pequeño comercio** se organiza en **ocho bloques temáticos**, alineados con los resultados de aprendizaje y competencias del título. Aquí tienes los bloques y su desarrollo:

Bloque 1: Iniciativa emprendedora y oportunidades de negocio

- Cultura emprendedora, creatividad e innovación.
- Responsabilidad social corporativa y sostenibilidad.
- Identificación de oportunidades de negocio en el comercio minorista.
- Análisis del entorno general y microentorno (factores económicos, sociales, tecnológicos y legales).
- Organismos y recursos para el asesoramiento empresarial.

Bloque 2: Forma jurídica y trámites de constitución

- Tipos de empresa y elección de la forma jurídica más adecuada.
- Características, ventajas e inconvenientes de cada forma jurídica.
- Trámites mercantiles, fiscales y laborales para la creación del negocio.
- Normativa nacional, autonómica y local aplicable al pequeño comercio.
- Documentación necesaria para la apertura y puesta en marcha.

Bloque 3: Proyecto de creación y plan de empresa

- Elaboración del plan de empresa: estructura, objetivos y fases.
- Análisis DAFO (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas).
- Estudio de mercado y análisis de la competencia.
- Definición del surtido comercial y política de precios.
- Plan de marketing y estrategias de fidelización.

Bloque 4: Plan de inversión y financiación

- Identificación de activos fijos y necesidades de equipamiento.
- Modalidades de adquisición del local (compra, alquiler, traspaso).
- Fuentes de financiación: préstamos, leasing, renting, ayudas y subvenciones.
- Contratos y pólizas de seguros.
- Cálculo del punto muerto, VAN y ratios financieros básicos.

Bloque 5: Gestión económica y tesorería

- Presupuesto y previsión de ingresos y gastos.
- Calendario de cobros y pagos.
- Control de liquidez y tesorería.
- Sistemas de fijación de precios y márgenes comerciales.
- Evaluación económica y financiera mediante ratios.

Bloque 6: Obligaciones fiscales y laborales

- Sistema tributario español y obligaciones fiscales del pequeño comercio.
- IVA, IRPF e Impuesto de Sociedades según forma jurídica.
- Retenciones y pagos a cuenta.
- Normativa laboral básica y cotizaciones a la Seguridad Social.
- Declaraciones periódicas y liquidaciones fiscales.

Bloque 7: Gestión administrativa y contable

- Documentación comercial: facturas, albaranes, recibos.
- Ciclo contable y libros obligatorios.
- Registro de operaciones contables según el Plan General Contable para pymes.
- Uso de aplicaciones informáticas para la gestión administrativa y contable.
- Facturación electrónica y normativa de protección de datos.

Bloque 8: Calidad, atención al cliente y sostenibilidad

- Implantación de sistemas normalizados de calidad y buenas prácticas.

- Atención personalizada al cliente y protocolos de servicio.
- Servicios adicionales (envío a domicilio, postventa).
- Accesibilidad universal y diseño para todos.
- Gestión de incidencias, reclamaciones y protección del consumidor.
- Estrategias para la sostenibilidad y responsabilidad ambiental.

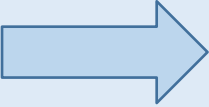
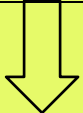
5.2 Relación estructura de contenidos - Bloques temáticos - Resultados de aprendizaje (RA)

Según el RD 659/2023 y la normativa vigente en Cantabria, la estructura de los contenidos del módulo se organiza en ocho bloques temáticos, alineados con los resultados de aprendizaje (RA) y competencias del título.

Bloque	Desarrollo	Relación con RA
Bloque 1	Iniciativa emprendedora y oportunidades de negocio: Cultura emprendedora, creatividad e innovación, responsabilidad social y sostenibilidad, análisis del entorno general y microentorno, organismos y recursos para asesoramiento empresarial.	RA1
Bloque 2	Forma jurídica y trámites de constitución: Tipos de empresa, elección de forma jurídica, trámites mercantiles, fiscales y laborales, normativa nacional, autonómica y local, documentación necesaria para apertura.	RA2
Bloque 3	Proyecto de creación y plan de empresa: Elaboración del plan de empresa, análisis DAFO, estudio de mercado, definición del surtido comercial, política de precios, plan de marketing y estrategias de fidelización.	RA3
Bloque 4	Plan de inversión y financiación: Identificación de activos fijos, modalidades de adquisición del local, fuentes de financiación (préstamos, leasing, renting), ayudas y subvenciones, contratos y pólizas de seguros, cálculo de punto muerto y ratios financieros.	RA4
Bloque 5	Gestión económica y tesorería: Presupuesto, previsión de ingresos y gastos, calendario de cobros y pagos, control de liquidez, sistemas de fijación de precios, evaluación económica y financiera mediante ratios.	RA5
Bloque 6	Obligaciones fiscales y laborales: Sistema tributario, impuestos aplicables (IVA, IRPF, IS), retenciones y pagos a cuenta, normativa laboral básica, cotizaciones a la Seguridad Social, declaraciones periódicas y liquidaciones fiscales.	RA6
Bloque 7	Gestión administrativa y contable: Documentación comercial (facturas, albaranes, recibos), ciclo contable y libros obligatorios, registro de operaciones contables según el Plan General Contable para pymes, uso de aplicaciones informáticas, facturación electrónica y protección de datos.	RA7

Bloque 8	Calidad, atención al cliente y sostenibilidad: Implantación de sistemas normalizados de calidad y buenas prácticas, atención personalizada al cliente, servicios adicionales (envío a domicilio, postventa), accesibilidad universal y diseño para todos, gestión de incidencias y reclamaciones, estrategias para sostenibilidad y responsabilidad ambiental.	RA8
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

5.3 Relación entre Unidades de trabajo y Resultados de Aprendizaje

 Resultados de aprendizaje	RA1: Identifica oportunidades de emprendimiento y analiza iniciativas para la creación de un pequeño comercio, valorando su viabilidad, impacto social y ambiental, e incorporando principios éticos y sostenibilidad.	RA2: Determina la forma jurídica más adecuada para la empresa y los trámites necesarios para su constitución y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral, fiscal y de protección de datos vigente.	RA3: Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, definiendo sus características, estructura organizativa y plan de viabilidad económica y financiera, asegurando su sostenibilidad.	RA4: Diseña un plan básico de inversiones, identificando activos fijos, modalidades de adquisición y fuentes de financiación, en función de las características del negocio y del surtido comercial.	RA5: Planifica la gestión económica y la tesorería del comercio, estableciendo sistemas de fijación de precios y estrategias que garanticen la rentabilidad y competitividad del negocio.	RA6: Gestiona la documentación comercial y financiera derivada de operaciones de compraventa, utilizando herramientas digitales y cumpliendo la normativa mercantil y fiscal.	RA7: Organiza el proceso administrativo, contable y fiscal del comercio, aplicando la legislación vigente y los principios del Plan General de Contabilidad para pymes, integrando herramientas TIC.	RA8: Diseña e implanta un plan de atención al cliente basado en calidad, proximidad y personalización, incorporando estrategias de fidelización y diferenciación competitiva.
 Unidades de trabajo								
1. Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.	X							
2. Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.		X						
3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio: cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal.			X					
4. Elaboración de un plan de inversiones básico.				X				
5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.					X			
6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago.						X		
7. Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa.							X	
8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.								X

5.4 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.

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

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

5.5 Temporalización.

Los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de los dos trimestres del curso.

El módulo profesional Gestión de un pequeño comercio tiene asignada una carga horaria de 160 horas.

	Horas (sesiones)
1ª Evaluación	80
2ª Evaluación	80
TOTAL	160

Según el calendario escolar aprobado por la Consejería de Educación del Gobierno de Cantabria las clases se impartirán entre el 11 de septiembre hasta 22 de junio, repartidas en 6 periodos lectivos semanales. Como este módulo se imparte en el 2º curso del ciclo, se prevé que las clases del periodo ordinario terminen la primera semana de marzo.

PRIMERA EVALUACIÓN.

La primera evaluación se compone de 80 sesiones.

TÍTULO UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS
Unidad 1. Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa	16
Unidad 2. Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha	20
Unidad 3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio: cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal	22
Unidad 4. Elaboración de un plan de inversiones básico	22

SEGUNDA EVALUACIÓN.

La segunda evaluación se compone de 80 sesiones.

TÍTULO UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS
Unidad 5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio	25
Unidad 6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago	20
Unidad 7. Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa	25
Unidad 8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad	10

6. METODOLOGÍA

6.1 Principios metodológicos.

Toda actuación que se lleve a cabo en el proceso de enseñanza aprendizaje se va a sustentar en los siguientes principios psicopedagógicos:

A. Aprendizaje Significativo:

Se busca pasar del aprendizaje memorístico y repetitivo, al aprendizaje significativo (que los nuevos contenidos se relacionen con los anteriores permitiendo la reestructuración de los esquemas cognitivos).

Hay que procurar que las actividades presenten grados de dificultad ajustados y progresivos.

B. Aprendizaje Funcional:

Básico en todos los módulos profesionales de la Formación Profesional, lo que supone la necesidad de

conectar con los intereses y motivaciones de los alumnos, a través de la exposición de contenidos prácticos que van a ser aplicados por ellos en el mundo real.

C. Aprender a Aprender:

Dando preferencia a métodos y actividades centrados en el alumno y que animen a un alto grado de implicación del mismo, el alumno con la ayuda del profesor conseguirá ser protagonista de su propio aprendizaje lo que le permitirá llevar a cabo aprendizajes significativos.

D. Otros:

Como pueden ser el trabajo en equipo, retroalimentación, intencionalidad, reforzamiento, participación e implicación, etc.

6.2 Metodología didáctica a aplicar.

El método de trabajo en el aula se basará en los siguientes aspectos metodológicos:

- Cada unidad de trabajo se iniciará detectando el punto de partida o conocimientos previos del alumnado, con el objeto de conocer el grado de conocimiento de alumnado sobre el tema del que trata la unidad y adaptar mejor los contenidos a ese conocimiento.
- Introducción general con explicaciones breves y esquemáticas de los diferentes aspectos del temario, mostrando claramente lo principal de lo accesorio y los objetivos que se pretenden alcanzar.
- Planteamiento y resolución de supuestos prácticos que ayuden en la comprensión de la unidad didáctica.
- Participación continua y activa del alumno de manera que éste sea el protagonista de su propio aprendizaje. Se fomentará el dialogo comprobando, con ello, el grado de comprensión y de conocimientos que sobre los mismos tiene el alumno.
- La exposición de los contenidos soporte se hará de la forma más gráfica posible. Los contenidos de carácter procedimental, organizadores de la unidad, se desarrollarán basándose en situaciones reales del entorno empresarial.
- A toda explicación teórica le seguirá de forma inmediata la aplicación práctica de tal manera que esta alternancia fijará mejor los conocimientos y permitirá alcanzar antes los resultados de aprendizaje.

7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

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 con algún tipo de discapacidad.

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

- Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:
 - Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presente un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.
 - Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos, se le plantearán actividades de refuerzo.

- Cuando el módulo profesional sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas y los procedimientos de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.
- En caso de concurrir en algún alumno/a la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias con relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.

8. 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:

Impresos:

- Apuntes del profesor.
- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada, artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas...
- Documentos propios de utilización en cada área: presupuestos, albaranes, facturas, hoja de cuentas contables, impreso declaración-liquidación de IVA, etc.

Periódicos y revistas especializadas:

Expansión, 5 Días, El Diario Montañés, El País, El Mundo, revista emprendedores, revista inversión, etc.

Audiovisuales/ Informáticos:

- Equipo informático.
- Proyector y altavoces para visualizar presentaciones de PowerPoint de las unidades didácticas, corrección de actividades propuestas por el profesor, videos relacionados con el tema, etc.
- Software de aplicaciones relacionadas con la materia como pueden ser: procesador de texto, hoja de cálculo, presentaciones, 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.

9. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPOS.

- Las clases serán impartidas en el aula de referencia de los alumnos, ya que en dicha aula se dispone de proyector, ordenador conectado a Internet y además de pizarra digital.
- Durante el curso, en determinadas unidades, se utilizará el aula de informática.
- Se utilizará el salón de actos del centro para conferencias, exámenes, etc.

10. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.

No se han previsto desdobles en este módulo.

11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se tiene previsto realizar actividades extraescolares con la Cámara de Comercio y el Servicio de Autoempleo y Promoción de Empresas del Ayuntamiento de Santander que consistirán en la impartición de formación “Píldoras para emprender y consolidar” y dentro del programa TACoge otras actividades que pretenden fomentar la convivencia del grupo y las relaciones estudiante- profesorado.

12. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

12.1 Principios generales de la evaluación.

El carácter continuo y formativo de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar, se debe empezar por la evaluación inicial, que cumple una función de diagnóstico al proporcionar información acerca de la situación del alumno, al comienzo del período de enseñanza. La evaluación formativa tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos, ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la función sumativa de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

12.2 Procedimientos e instrumentos de evaluación.

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

Se utilizarán técnicas variadas de evaluación. Se realizará en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

En cuanto a la evaluación del aprendizaje, a través de las actividades de enseñanza, resalta la observación del trabajo de los alumnos como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Se valorará la actitud del alumno hacia la materia: atención en clase, interés, compañerismo.

- Se podrá tener en cuenta también otras actividades y trabajos realizados fuera del aula y encargados por el profesor: comentarios, lecturas recomendadas (plan lector), ejercicios propuestos, etc.
- En cuanto a las pruebas específicas de evaluación, se utilizarán de forma aleatoria las siguientes pruebas:
- *Pruebas* caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos, así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de

formar parejas y/o ejercicios prácticos relacionados con la materia.

- *Pruebas de exposición temática*, que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
- *Pruebas de resolución de ejercicios*, que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: la evaluación continua, que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la evaluación final, que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo.

Procedimientos de evaluación

Para el seguimiento y evaluación del alumnado se utilizarán los siguientes procedimientos:

- Trabajo del alumnado en el aula, valorando aspectos tales como la puntualidad, participación, predisposición, autonomía, limpieza, rigor en el trabajo, respeto, interés e integración.
- Actividades evaluables, para realizar en el aula o fuera del aula, que deberá entregar en el plazo establecido. No se admitirán retrasos en la entrega, salvo casos excepcionales que se puedan justificar documentalmente.
- Pruebas escritas. En la composición de estas pruebas se priorizarán contenidos procedimentales. Estas pruebas podrán estar constituidas por varios tipos de preguntas:
 - Preguntas de respuesta corta, tipo test, de selección de alternativa correcta, o elección entre verdadero y falso.
 - Preguntas en las que el alumno tenga que desarrollar la respuesta.
 - Resolución de casos prácticos en los que el alumno deba aplicar los conocimientos adquiridos.

13. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

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

RA1	10%
RA2	15%
RA3	10%
RA4	15%
RA5	20%
RA6	10%
RA7	15%
RA8	5%

	Logro	Objetivo	Acciones en el contexto del aprendizaje	%
RA1	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	10%
RA2	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.	15%
RA3	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.	10%
RA4	Determina	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.	15%
RA5	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.	20%
RA6	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.	10%
RA7	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.	15%
RA8	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.	5%

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

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.

%	Criterios de evaluación	Actividades de evaluación
0,5	a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.	Prueba escrita
1	b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.	Prueba escrita
1,5	c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.	Prueba escrita y caso práctico
1	d) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.	Prueba escrita
0,5	e) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.	Caso práctico
2	f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.	Prueba escrita y caso práctico
1	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.	Prueba escrita
2	h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.	Prueba escrita
0,5	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.	Caso práctico

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.

%	Criterios de evaluación	Actividades de evaluación
4	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.	Prueba escrita

1	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.	Caso práctico
1	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.	Caso práctico
2	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.	Prueba escrita
2	e) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.	Prueba escrita
2	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.	Prueba escrita
2	g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.	Prueba escrita
1	h) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.	Caso práctico

RA3. 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	Actividades de evaluación
2	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.	Caso Práctico
1	b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico

1	e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico
1	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.	Caso Práctico

RA4. 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	Actividades de evaluación
2	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.	Caso práctico
1	b) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.	Caso práctico
2	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.	Prueba escrita

3	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.	Prueba escrita
3	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.	Prueba escrita
3	f) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.	Prueba escrita
1	g) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.	Caso práctico

RA5. 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	Actividades de evaluación
3	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.	Prueba escrita
2	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.	Prueba escrita
2	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.	Prueba escrita
3	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.	Prueba escrita
3	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.	Prueba escrita
3	f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.	Prueba escrita

1	g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.	Prueba escrita
3	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.	Prueba escrita

RA6. 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	Actividades de evaluación
1	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.	Prueba escrita
1	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.	Prueba escrita
3	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.	Prueba escrita y caso práctico
1	d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.	Prueba escrita
3	e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.	Prueba escrita y caso práctico
0,5	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.	Prueba escrita
0,5	g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.	Prueba escrita

RA7. 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	Actividades de evaluación
---	-------------------------	---------------------------

1	a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
1	b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
6	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.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
1	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.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
2	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.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
2	f) Se han cumplimentado las declaraciones–liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
1	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).	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)
1	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.	Prueba escrita (80%) y casos prácticos (20%)

RA8. 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	Actividades de evaluación
0,5	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.	Caso práctico
0,5	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.	Caso práctico

1	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.	Caso práctico
1	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.	Caso práctico
0,5	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.	Caso práctico
0,5	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.	Caso práctico
0,5	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.	Caso práctico
0,5	h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.	Caso práctico

13.1 Principios generales de la evaluación.

El carácter continuo y formativo de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar, se debe empezar por la evaluación inicial, que cumple una función de diagnóstico al proporcionar información acerca de la situación del alumno, al comienzo del período de enseñanza. La evaluación formativa tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos, ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la función sumativa de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

13.2 Procedimientos e instrumentos de evaluación.

Se realizarán las siguientes reuniones de evaluación recogidas en las instrucciones de inicio de curso:

EVALUACIÓN	1ºCURSO	2ºCURSO
INICIAL (sin boletín)	23 de octubre	23 de octubre
PRIMERA	18 de diciembre	18 de diciembre
SEGUNDA	18 de marzo	26 de febrero
FINAL	25 de junio	25 de junio
ACCESO FEM		5 de marzo

Evaluación inicial

Sesión de evaluación inicial (cualitativa): 23 de octubre de 2025.

No supondrá, en ningún caso, calificación del alumnado, si bien podrá informarse a éste del resultado de dicha evaluación en los términos que establezca el proyecto curricular.

Evaluaciones parciales

Sesión periódica de evaluación (primera evaluación). 18 de diciembre de 2025.

Sesión periódica de evaluación (segunda evaluación). 26 de febrero de 2026.

Sesión previa de valoración de actitud para el acceso a la FEM: 5 de marzo de 2026.

Sesión de evaluación final: 25 de junio de 2026

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 tenga aprobados (nota igual o superior a 5) todos los resultados de aprendizaje.

Una vez al trimestre, el alumnado recibirá un informe completo de los RA y CE evaluados total o parcialmente.

Además, en cada evaluación trimestral, a aquel alumnado con algún RA no superado se le entregará un plan de recuperación de aquellos RA que presenten una evaluación negativa, bien hayan sido evaluados en su totalidad o parcialmente. En este plan de recuperación se informará al alumno o alumna de las actividades que debe realizar para mejorar su nivel de competencia y superar el RA que corresponda. De esta forma el alumnado puede trabajar en la recuperación de estos RA de forma continua sin esperar a la evaluación final ordinaria, respetando así el carácter formador que debe tener la evaluación.

13.3 Calificación final del módulo

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 tenga aprobados (nota igual o superior a 5) todos los resultados de aprendizaje.

Una vez al trimestre, el alumnado recibirá un informe completo de los RA y CE evaluados total o parcialmente.

Además, en cada evaluación trimestral, a aquel alumnado con algún RA no superado se le entregará un plan de recuperación de aquellos RA que presenten una evaluación negativa, bien hayan sido evaluados en su totalidad o parcialmente. En este plan de recuperación se informará al alumno o alumna de las actividades que debe realizar para mejorar su nivel de competencia y superar el RA que corresponda. De esta forma el

alumnado puede trabajar en la recuperación de estos RA de forma continua sin esperar a la evaluación final ordinaria, respetando así el carácter formador que debe tener la evaluación.

Calificación final del módulo

- **Sesión de valoración de aptitud para el acceso a la formación en empresa:**

Para obtener una valoración de aptitud positiva de acceso a las FEM en marzo, será necesario que el alumnado apruebe todos los RA impartidos en el aula (RA dualizados: ver siguiente tabla).

MÓDULO	RA DUALIZADOS	RA. CLAVE
Gestión de un pequeño comercio	RA.1., RA.5. (+50%), RA.8	RA.1.

Los alumnos que no obtengan una valoración de aptitud positiva de acceso a la FEM/FEMI en marzo, desarrollarán un programa de recuperación que se extenderá hasta junio. Si superasen todos los RA durante ese programa de recuperación, se les valorará positivamente para acceder a la FEM/FEMI en el siguiente periodo.

- **Sesión de evaluación final (junio):**

La calificación final del módulo, que se realizará en esta evaluación final llevada a cabo en junio, una vez finalizada la FEM/FEMI. Esta calificación, se corresponde con la ponderación de los resultados obtenidos en los distintos RA a través de los correspondientes CE, sin que el cálculo se realice mediante la nota media de las evaluaciones trimestrales, ya que debe reflejar el grado final de logro alcanzado y valorar así la evolución y mejora en el aprendizaje que se haya producido. Es importante recalcar que para superar el módulo es necesario que el alumnado apruebe todos los RA, incluidos los RA dualizados, que se realizarán durante la FEM/FEMI..

La calificación de los módulos profesionales se expresará en una escala numérica de 1 a 10 sin decimales, considerándose positiva toda calificación igual o superior a 5, conforme a lo establecido en las Instrucciones de evaluación para el curso 2025-2026 de Formación Profesional en Cantabria, en desarrollo del Real Decreto 659/2023 y la Ley Orgánica 3/2022, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

14. PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.

A. Recuperación de los RA.

La recuperación de los resultados de aprendizaje no superados se realizarán durante el programa de recuperación (marzo-junio).

Los alumnos que no obtengan una valoración de aptitud positiva de acceso a la FEM/FEMI en marzo, por no tener aprobados todos los RA desarrollarán un programa de recuperación que se extenderá hasta junio. Si superasen todos los RA durante ese programa de recuperación, se les valorará positivamente para acceder a la FEM/FEMI en el siguiente periodo

B. Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing

del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado a principio de curso.

15. ASPECTOS CURRICULARES MINIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

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

16. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS

La contribución de esta programación a los planes, programas y proyectos del instituto se pone de manifiesto de la siguiente forma:

- Plan de Atención a la Diversidad: esta programación recoge medidas de atención a la diversidad.
- Plan de Acción Tutorial (PAT): se debe organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del grupo de ciclo para poder trabajar a lo largo del curso los siguientes temas: pre y post evaluaciones con el alumnado, entrevistas individuales de orientación y aclaración de aspectos que originen dudas.
- 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 de Actuación T.I.C.: utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta y búsqueda de información. Potenciar la presentación de trabajos con soporte digital, informando sobre páginas especialmente interesantes para la materia.
- 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 el profesor sobre los contenidos que se estén impartiendo y/o de cualquier otro documento relacionado con los contenidos del módulo (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.

- Plan digital. Instrumento que establece la estrategia digital del centro, con el fin de desarrollar la competencia digital de la comunidad educativa, promover la innovación y sacar el máximo partido de las tecnologías de la información y la comunicación, y de los recursos educativos digitales.
- Participación en el programa TACoge. Programa de acogida del alumnado de Grado Medio, creado para reducir la tasa de abandono y absentismo, despertar el interés del alumnado y fomentar su rápida integración.

17. PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE

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 la práctica docente.

Se considerarán los siguientes aspectos:

- a) La adecuación de los objetivos, contenidos y procedimientos 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 procedimientos 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 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 los resultados de aprendizaje.
- ¿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 del ciclo y en el seno del departamento.
- ¿Ha existido coordinación entre los profesores del Ciclo Formativo?

Indicadores respecto al alumno: autoevaluación.

El alumnado deberá dar respuesta a un cuestionario de manera anónima para que, en cierta medida, evalúe la práctica docente. Esta encuesta se realizará un mes antes de la finalización del curso y en ella se insertarán preguntas para detectar en el alumnado aspectos relacionados con:

- El conocimiento que tienen de los resultados de aprendizaje, contenidos, criterios de evaluación y criterios de calificación del módulo.
- La utilidad de los recursos educativos empleados.
- La conveniencia de la metodología didáctica seguida.
- Su grado de satisfacción con la filosofía de atención a la diversidad.
- Otros aspectos que en su momento se consideren oportunos.

De conformidad con el artículo 24 de la Ley de Cantabria 2/2019, de 7 de marzo, para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, todas las denominaciones que, en virtud del principio de economía del lenguaje, se hagan en género masculino inclusivo en este documento, se entenderán realizadas tanto en género femenino como en masculino.

18. **BLIOGRAFÍA.**

A. Normativa:

Ámbito estatal

- **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- **Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo**, de Educación (LOE), modificada por la **Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre** (LOMLOE).
- **Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio**, de Cualificaciones y Formación Profesional.
- **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- **Real Decreto 69/2025, de 4 de febrero**, por el que se regulan los instrumentos de gestión del Sistema Nacional de Formación Profesional y se modifica el RD 375/1999 (Instituto Nacional de las Cualificaciones).
- **Reales Decretos 497/2024, 498/2024 y 499/2024**, por los que se modifican los títulos de Formación Profesional de grado básico, medio y superior y los cursos de especialización, adaptándolos al nuevo modelo.

Ámbito autonómico (Cantabria)

- **Ley 6/2008, de 26 de diciembre**, de Educación de Cantabria.
- **Instrucciones de inicio de curso 2025-2026** de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente.
- **Orden EDU/34/2025, de 13 de julio**, sobre certificación de formación en prevención de riesgos laborales para alumnado en FEM.
- Normativa específica sobre **implantación del modelo dual y organización de la Formación en Empresa (FEM)** en Cantabria.

B. Material bibliográfico para la consulta y ampliación (tanto para el profesor como para los alumnos):

- Apuntes del profesor.
- Periódicos / Revistas: Expansión, Cinco Días, Inversión, emprendedores, etc.
- Documentos propios de utilización en cada área: presupuestos, albaranes, facturas, hoja de cuentas contables, impreso declaración-liquidación de IVA, etc.

C. Direcciones de Internet:

- www.agenciatributaria.es
- www.seg-social.es
- www.portal.circe.es
- www.camaracantabria.es
- www.emprendedores.es
- www.plangeneralcontable.com
- www.ine.es

- www.cepymecantabria.es
- www.conectapyme.com
- www.inem.es
- www.youtube.com

D. Portales educativos:

- www.cuadernalia.net
- www.educaciontrespuntocer.com
- www.educaweb.com
- www.educaguia.com