

MERCADOTECNIA DEL COMERCIO ALIMENTARIO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
<p>RA 1: Elabora un plan de marketing alimentario concretando las acciones relativas a la idea de negocio, analizando la información sobre producto, precio, distribución y comunicación.</p> <p>20%</p>	a) Se han realizado las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing digital y su integración en el plan de marketing global.	1,82%
	b) Se han establecido los principales productos asociados a la idea de negocio, valorando sus características y estacionalidad	1,82%
	c) Se ha analizado el potencial de ventas del producto ofertado y de los precios de la competencia del entorno.	1,82%
	d) Se ha obtenido información sobre comercios al por menor entorno, como horarios, ofertas y promociones, y otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros, utilizando técnicas de observación directa y compra.	1,82%
	e) Se han analizado datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.	1,82%

	f) Se ha obtenido información sobre condiciones de venta de empresas proveedoras, relacionadas con la idea de negocio.	1,82%
	g) Se han seleccionado las empresas proveedoras y canales de distribución a emplear, valorando la información recopilada.	1,82%
	h) Se han determinado el precio provisional para cada producto, valorando los datos recopilados de la idea de negocio y los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario	1,82%
	i) Se han establecido o determinado las formas en que deben actuar los comerciales, la inversión en publicidad, y la prospección de distribuidores que satisfagan las necesidades detectadas.	1,82%
	j) Se han comparado estrategias de comunicación, con vistas a seleccionar la más adecuada, valorando las que se utilizan en el microentorno comercial donde desarrollará la idea negocio prevista.	1,82%
	k) Se ha elaborado un plan de marketing mix con las acciones relativas a precio, producto, distribución y comunicación, en función de la información recopilada.	1,82%

<p>RA 2: Programa acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios, caracterizando el uso de diferentes técnicas que incentivan la compra y captan o fidelizan clientela.</p> <p>20%</p>	<p>a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.</p>	2,86%
	<p>b) Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.</p>	2,86%
	<p>c) Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.</p>	2,86%
	<p>d) Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.</p>	2,86%
	<p>e) Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.</p>	2,86%
	<p>f) Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.</p>	2,86%
	<p>g) Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.</p>	2,86%

RA 3: Determina precios de venta de productos alimentarios, aplicando métodos de fijación de precios y de estimación de costes. 20%	a) Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.	2,86%
	b) Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.	2,86%
	c) Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.	2,86%
	d) Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.	2,86%
	e) Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.	2,86%
	f) Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.	2,86%
	g) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector	2,86%
	a) Se ha planificado la distribución de los productos del comercio alimentario, en	2,86%

<p>RA 4: Establece las formas y canales de distribución del comercio alimentario, valorando el tipo y modelo de empresa intermediarias y las prestaciones que presentan.</p> <p>20%</p>	función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.	
	b) Se han seleccionado los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.	2,86%
	c) Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.	2,86%
	d) Se han valorado distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, a fin de su adopción para el negocio, analizando los niveles del canal, el número y el tipo de empresas intermediarias, así como la posibilidad de distribución online.	2,86%
	e) Se ha calculado el coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.	2,86%
	f) Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.	2,86%
	g) Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.	2,86%

<p>RA 5: Valora acciones de marketing, analizando indicadores de venta y utilizando instrumentos de evaluación comercial.</p> <p>20%</p>	a) Se han determinado los criterios económicos y estratégicos que permiten valorar si las acciones de comunicación de empresa, logran el objetivo relacionado con la venta.	2,5%
	b) Se han establecido los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.	2,5%
	c) Se han calculado ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.	2,5%
	d) Se han efectuado mediciones de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal y a la gestión de productos en el mismo, aplicando herramientas electrónicas e informáticas.	2,5%
	e) Se ha valorado la satisfacción del cliente y el procedimiento de gestión de incidencias en relación con la imagen de la empresa que se desea transmitir.	2,5%
	f) Se ha valorado el grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados.	2,5%
	g) Se ha valorado el plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente.	2,5%
	h) Se han propuesto nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a la valoración de los resultados obtenidos.	2,5%

--	--	--

SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA EN EL COMERCIO

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
<p>RA 1: Elabora y realiza el seguimiento del plan de limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en el comercio alimentario, estableciendo las condiciones de salubridad e higiene necesarias adecuadas a la legislación vigente.</p> <p>20%</p>	a) Se ha establecido los requisitos higiénico-sanitarios que deben cumplir los equipos, utillaje e instalaciones de manipulación de alimentos.	2,5%
	b) Se han determinado los procedimientos, el personal que debe ejecutar la tarea, los productos, los desinfectantes y equipos de limpieza y desinfección (L+D); así como sus condiciones de empleo.	2,5%
	c) Se ha planificado los tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD).	2,5%
	d) Se han organizado las frecuencias de limpieza establecidas por la normativa.	2,5%
	e) Se ha supervisado y comprobado la calidad higiénico- sanitaria en la limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en el comercio alimentario.	2,5%
	f) Se ha supervisado el registro de la información relevante e incidencias detectadas o subsanadas del plan de limpieza y de desinfección.	2,5%

	g) Se ha verificado que las medidas correctivas propuestas subsanan las incidencias detectadas.	2,5%
	h) Se han evaluado los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.	2,5%
<p>RA 2: Establece los sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basados en el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) y de la trazabilidad, delimitando las variables a controlar que garanticen la inocuidad de los alimentos.</p> <p>20%</p>	a) Se ha documentado y trazado el origen, las etapas del proceso y el destino del alimento.	2,86%
	b) Se han realizado los controles que identifican los peligros potenciales (físicos, químicos y biológicos) y que pueden aparecer en cada etapa del proceso.	2,86%
	c) Se han detectado los peligros que determinan los puntos críticos de control y el límite crítico.	2,86%
	d) Se han establecido las medidas de control y las acciones correctivas que aseguren la seguridad del sistema.	2,86%
	e) Se han aplicado las principales normas voluntarias implantadas en el sector alimentario (BRC, IFS, UNE -EN ISO 9001:2000, UNE -EN ISO 22000: 2005 y otras).	2,86%
	f) Se han relacionado el contenido de las guías de buenas prácticas de higiene	2,86%

	alimentaria y medioambiental con su uso en el comercio.	
	g) Se ha elaborado y actualizado la documentación asociada a un plan de autocontrol de APPCC de un comercio alimentario.	2,86%

<p>RA 3: Establece y supervisa procedimientos de manipulación de alimentos, teniendo en cuenta protocolos establecidos relativos a actuaciones ante alertas alimentarias, contaminaciones, recogida de muestras y equipos de protección individual.</p> <p>20%</p>	a) Se han establecido los procedimientos de manipulación de alimentos en las actividades que se realizan en el establecimiento comercial aplicando las normas higiénico sanitarias en condiciones que garanticen su salubridad.	2,86%
	b) Se han establecido las medidas preventivas que garanticen la inocuidad de los alimentos a través de controles higiénico- sanitarios.	2,86%
	c) Se han supervisado la aplicación de las medidas de higiene personal y de vestuario requeridas en la manipulación de alimentos y en su caso modificado las conductas inadecuadas.	2,86%
	d) Se han supervisado los procedimientos de actuación frente a alertas alimentarias actuando según la reglamentación establecida y siguiendo el protocolo definido en el establecimiento comercial.	2,86%
	e) Se han supervisado los procedimientos de actuación ante la contaminación cruzada, riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario	2,86%

	identificando el punto crítico o lote donde se produce la alteración.	
	f) Se han valorado las aportaciones del personal del establecimiento comercial, aplicando las propuestas de mejora relativas a las condiciones higiénico-sanitarias.	2,86%
	g) Se ha establecido el protocolo de recogida de muestras testigo que incluya el método de identificación y características de la muestra, recipientes adecuados y tiempo de conservación en cámaras frigoríficas.	2,86%
RA 4: Gestiona el tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva reconociendo sus implicaciones a nivel sanitario y ambiental. 20%	a) Se ha establecido el plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial, atendiendo a su clase, clasificación y transporte entre otros.	2,5%
	b) Se ha garantizado que el tratamiento de los subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) cumple los requisitos normativos en todas las fases de manipulación, almacenamiento, recogida y transporte.	2,5%
	c) Se han clasificado en contenedores los distintos tipos de residuos generados diferenciándolos según su origen, tipo, estado y necesidad de reciclaje, depuración o tratamiento.	2,5%
	d) Se ha controlado la trazabilidad del tratamiento de residuos SANDACH, llevando el registro de envíos y documentación comercial y sanitaria establecida.	2,5%

	e) Se ha supervisado la recogida de los productos caducados, y los que no se usen finalmente para el consumo humano (congelados fuera de la cadena, pasados de fecha de consumo preferente, deteriorados, etc.) a fin de su tratamiento de gestión de residuos o SANDACH.	2,5%
	f) Se ha supervisado la aplicación de las técnicas de recogida, selección, clasificación y eliminación o vertido de residuos.	2,5%
	g) Se han controlado las no-conformidades y las acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuo	2,5%
	h) Se ha supervisado la señalización y maniobra de las zonas donde se ubican los contenedores, así como su diferenciación, según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.	2,5%
RA 5: Establece los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuesto para la venta,garantizando sus condiciones organolépticas y sostenibles.	a) Se han planificado las acciones del proceso de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de que sean frescos o perecederos, sostenibles, ecológicos, entre otros, garantizando la mejor idoneidad para su consumo.	2,86%
	b) Se han definido las acciones de no conformidad del producto alimentario en función de sus condiciones, ofertas del y sección de venta pertinente.	2,86%

20%		
	c) Se ha determinado el estado de los productos frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura, color, tamaño, aspecto visual y madurez, entre otros.	2,86%
	d) Se ha determinado y comprobado el estado de los productos sostenibles, de comercio justo y de gourmet, garantizado que se mantienen sus condiciones organolépticas.	2,86%
	e) Se ha valorado el estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades (diabetes, hipertensión e hipercolesterolemia, entre otros) alergias alimentarias e intolerancias (celiacas, a la lactosa y al huevo, entre otras), determinando que se corresponde a las características que el fabricante debe cumplir en materia la normativa vigente de salubridad.	2,86%
	f) Se ha determinado el estado de los productos no perecederos atendiendo al estado del envasado, y fecha óptimas de consumo.	2,86%
	g) Se ha determinado y comprobado el estado de las bebidas y licores, atendiendo a su color, aroma, cuerpo, aspecto visual, añada y temperatura, entre otros.	2,86%
	h) Se ha evaluado el sistema de verificación de la calidad de los productos alimentarios en función de la satisfacción del cliente y los criterios comerciales.	2,86%

--	--	--

CONSTITUCIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS ALIMENTARIOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
<p>RA1: Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria, valorando la información del entorno de actuación de la misma, los requerimientos establecidos e incorporando valores éticos.</p> <p>20%</p>	a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.	2,86%
	b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.	2,86%
	c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.	2,86%
	d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico en comercialización de productos alimentarios.	2,86%
	e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.	2,86%
	f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.	2,86%
	g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.	2,86%

<p>RA2: Elabora planes de inversión en el comercio alimentario, determinando necesidades y coste de los recursos humanos y materiales.</p> <p>20%</p>	<p>a) Se ha decidido la posible ubicación física o virtual de la idea de comercio alimentario valorando la información del entorno obtenida sobre locales disponibles y sus precios.</p>	2,5%
	<p>b) Se ha valorado la posible ubicación virtual del comercio alimentario en función de segmentos de población, nichos de oportunidad y especialización de la idea.</p>	2,5%
	<p>c) Se han valorado las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros) para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.</p>	2,5%
	<p>d) Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.</p>	2,5%
	<p>e) Se ha elaborado el plan de sostenibilidad del comercio alimentario en función de la previsión del gasto energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y el mantenimiento, entre otros.</p>	2,5%
	<p>f) Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.</p>	2,5%
	<p>g) Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.</p>	2,5%

	h) Se ha elaborado un plan de inversión con las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio alimentario y su coste.	2,5%
RA3: Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización. 20%	a) Se han determinado las posibilidades de fuentes de financiación externa para comercios alimentarios, estimando costes e ingresos en función de la idea del negocio.	2,5%
	b) Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.	2,5%
	c) Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.	2,5%
	d) Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.	2,5%
	e) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.	2,5%
	f) Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.	2,5%
	g) Se ha valorado la negociación del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.	2,5%
	h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.	2,5%

<p>RA4: Realiza la viabilidad económica y social de la idea de una pequeña empresa de comercio alimentario analizando características de planes económico-financieros, y valorando ventajas y fortalezas de la propuesta de negocio.</p> <p>20%</p>	<p>a) Se han calculado ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, utilizando los datos de Cuentas Anuales de un comercio alimentario, como Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una pequeña empresa, entre otros.</p>	2,86%
	<p>b) Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.</p>	2,86%
	<p>c) Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.</p>	2,86%
	<p>d) Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.</p>	2,86%
	<p>e) Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.</p>	2,86%
	<p>f) Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.</p>	2,86%
	<p>g) Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.</p>	2,86%
<p>RA5: Realiza la constitución y puesta en marcha</p>	<p>a) Se ha establecido la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios acorde con la idea de negocio definida y sus obligaciones formales y fiscales.</p>	2,86%

de un comercio alimentario, cumplimentando y gestionando los trámites, la documentación y la presentación de documentos establecidos en la legislación vigente del entorno.	b) Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.	2,86%
	c) Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.	2,86%
	d) Se han realizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario en función de la idea de negocio, física y online.	2,86%
	e) Se han gestionado presencial o telemáticamente las solicitudes relativas a licencia o comunicación de actividad o de apertura, licencia de obras, aplicación de medidas higiénicas, plan contra incendios y legislación medioambiental, entre otros.	2,86%
	f) Se han calculado los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha de un comercio alimentario efectuando los pagos al ayuntamiento relativos a tasas (por prestación de servicios urbanísticos, por utilización privativa, aprovechamiento del dominio público...) según las características del negocio alimentario.	2,86%
	g) Se ha formalizado la documentación asociada a la constitución e inicio de actividad secuenciando los trámites en los plazos establecidos por la administración.	2,86%

DINAMIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

RESULTADO DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
<p>1. Organiza la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta, valorando los condicionantes para su localización e influencia sobre la venta de productos.</p> <p>20%</p>	<p>a) Se han definido la ubicación de los mostradores,expositores y lineales en función de los condicionantes requeridos, de la distancia de las cámaras y de la legislación.</p>	2.85%
	<p>b) Se han determinado las condiciones que se deben considerar en la distribución de superficies comerciales para respetar la normativa asociada a eliminación de barreras físicas ,evacuación y salidas de emergencia.</p>	2.85%
	<p>c) Se han relacionado la ubicación de los productos alimenticios en comercios, con sus características , las pautas de seguridad alimentaria y normas de prevención de riesgos.</p>	2.85%
	<p>d) Se ha establecido la distribución de los elementos externos e internos de información y publicidad en los espacios interiores y de los productos alimentarios en el espacio de venta.</p>	2.85%
	<p>e) Se ha definido la ubicación de los equipamientos en el establecimiento facilitando los desplazamientos de personas carretillas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.</p>	2.85%
	<p>f) Se ha supervisado el estado y distribución de cestas y carros para mantener en todo momento el suministro y limpieza</p>	2.85%
	<p>g) Se ha supervisado el estado de limpieza del establecimiento,potenciando el atractivo y teniendo en cuenta la prevención de riesgos e higiene de trabajadores, clientes, y la normativa</p>	2.85%

	de seguridad alimentaria en el acondicionamiento del punto de venta.	
R2. Supervisa la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta, aplicando criterios comerciales según lugar óptimo de situación de mercancías, su rotación y cartería.	a) Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de ventas, según la distribución de los productos.	2.5%
	b) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.	2.5%
	c) Se ha controlado la accesibilidad a los productos en los lineales, manteniendo su identificación de cara al cliente y permitiendo la visión de la marca y etiquetado.	2.5%
	d) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que animen a la venta de productos no perecederos, facilitando el control de la reposición y calidad.	2.5%
	e) Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.	2.5
	f) Se ha controlado la temperatura ambiente atendiendo a la conservación de los productos y el confort de los clientes.	2.5%
20%		
	g) Se ha programado la reposición de productos no perecederos, en lineales, góndolas y expositores, atendiendo al índice de rotación ,caducidad y al cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria.	2.5%
	h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los	2.5%

	lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.	
R3. Supervisa la exposición de alimentos perecederos en mostradores y vitrinas, analizando los aspectos del entorno que potencian las características del producto y animan la venta, y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene correspondiente en función de su estacionalidad y caducidad. 20%	a) Se ha supervisado la colocación de productos frescos, en mostradores, teniendo en consideración el sistema de rotación y reposición aplicando la normativa higiénico sanitaria.	2.5%
	b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despieceado y procedencia según criterios de calidad.	2.5%
	c) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.	2.5%
	d) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.	2.5%
	e) Se ha supervisado el estado de limpieza y el tratamiento de armarios y cámaras frigoríficas, asegurando el estado de conservación de los productos y el cumplimiento de la normativa higiénico sanitaria aplicable.	2.5%
	f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos	2.5%
	g) Se han supervisado los tratamientos de agua rociada y de hielo que garantizan el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión hielo.	2.5%
	h) Se ha organizado el transporte de los suministros a expositores y mostradores	2.5%

	desde cámaras y almacén a fin del suministro rápido de los productos.	
R4. Determina las acciones promocionales que rentabilicen los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y la captación y fidelización de clientes. 20%	a) Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementan la atención y captación del cliente.	2.85%
	b) Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.	2.85%
	c) Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los objetivos comerciales.	2.85%
	d) Se han presentado vales descuento y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses del cliente, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.	2.85%
	e) Se han presentado al cliente catas alimentarias con el fin de conocer nuevos productos o marcas.	2.85%
	f) Se han programado la difusión de música ambiental y de ofertas de productos por la megafonía del espacio comercial, atendiendo a horarios y afluencia de público.	2.85%
	g) Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.	2.85%
Ra5 20%	a) Se han determinado los lugares idóneos para la ubicación de los elementos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.	2.85%
	b) Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de video clips de	2.85%

	publicidad de productos alimentarios en promoción , para animar la venta.	
	c) Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética en función del elemento decorativo o informativo.	2.85%
	d) Se han creado mensajes visuales a transmitir al cliente, consiguiendo la armonización,entre forma , textura y color mediante programas informáticos de tratamiento de textos e imágenes.	2.85%
	e) Se ha supervisado el montaje de elementos decorativos garantizando que no entrañe riesgos para la seguridad de clientes y trabajadores,aplicando la legislación laboral.	2.85%
	f) Se ha supervisado la composición y montaje de productos alimentarios, elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores, aplicando criterios estéticos y comerciales	2.85%
	g) Se ha controlado la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en mostradores y expositores, diferenciándose de la iluminación ambiental de las zonas de tránsito.	2.85%

ATENCIÓN COMERCIAL EN PRODUCTOS ALIMENTARIOS

RESULTADO DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
1.Determina las líneas de	a)) Se ha organizado el departamento de ventas en un comercio alimentario en	2.5%

actuación comercial en establecimientos alimentarios analizando los objetivos empresariales fijados y la estrategia comercial. 20%	función de la imagen de marca, productos, el tipo de cliente y objetivos comerciales.	
	b) Se ha determinado número y funciones del personal de atención comercial que se requiere según los objetivos del plan de ventas de una empresa	2.5%
	c) Se han determinado las funciones asociadas a la atención al cliente en comercios alimentarios y las responsabilidades	2.5%
	d) Se han establecido las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados.	2.5%
	e) Se han determinado los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa.	2.5%
	f) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles de productos alimentarios, adaptándolos al tipo y comportamiento de los clientes.	2.5%
	g) Se han establecido los protocolos de atención al cliente ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor.	2.5%
	h) Se han establecido los protocolos de atención al cliente ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor.	2.5%
Ra2 Supervisa la transmisión de información comercial al	a) Se ha supervisado la realización de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias.	2.5%

<p>cliente, estableciendo protocolos de atención comercial y valorando las funciones, técnicas y actitudes a desarrollar. 20%</p>		
	b) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.	2.5%
	c) Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.	2.5%
	d)Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo	2.5%
	e) Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).	2.5%
	f)Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.	2.5%
	g)Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido	2.5%
	h)Se ha valorado la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.	2.5%
R3 Atiende reclamaciones y sugerencias habituales en comercios alimentarios,	a)Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.	2.85%

<p>aplicando los protocolos de actuación según la normativa vigente y las técnicas de negociación a utilizar para su resolución, y valorando el resultado del procedimiento. 20%</p>	<p>b Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.</p>	2.85%
	<p>c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias</p>	2.85%
	<p>d) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos.</p>	2.85%
	<p>e) Se han atendido las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad, y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones.</p>	2.85%
	<p>f) Se han valorado las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta.</p>	2.85%
	<p>g) Se ha valorado las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.</p>	2.85%
<p>R4: Gestiona la relación comercial con los proveedores, determinando características, productos y servicios que suministran. 20%</p>	<p>a) Se han buscado y seleccionado los proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.</p>	2.85%
	<p>b) Se han establecido criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa.</p>	2.85%
	<p>c) Se ha establecido el seguimiento automático y la actualización de bases de datos de</p>	2.85%

	proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores	
	d) Se han establecido los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.	2.85%
	e) Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.	2.85%
	f) Se han negociado ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad	2.85%
	g) Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.	2.85%
R5 Valora la eficacia del servicio de atención comercial, utilizando instrumentos de evaluación y control e interpretando resultados obtenidos. 20%	a) Se han establecido los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.	2.85%
	b) Se ha valorado los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.	2.85%
	c) Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.	2.85%
	d) Se han evaluado los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.	2.85%

	e) Se ha valorado la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial.	2.85%
	f) Se han valorado las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.	2.85%
	g) Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.	2.85%

OFIMÁTICA APLICADA AL COMERCIO ALIMENTARIO

RESULTADO DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
RA 1: Realiza materiales informativos	a) Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.	2.85%

del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes, utilizando aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y de presentaciones. 20%	b) Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.	2.85%
	c) Se ha realizado la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página.	2.85%
	d) Se han tratado los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.	2.85%
	e) Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.	2.85%
	f) Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.	2.85%
	g) Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias	2.85%
RA 2: Confecciona folletos publicitarios para comercios alimentarios, utilizando plantillas de programas ofimáticos de edición y de diseño gráfico.	a) Se ha determinado la información que deben incluir los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño.	2.85%
	b) Se ha adecuado la redacción de la información contenida en el material publicitario al mensaje a transmitir.	2.85%
	c) Se ha editado la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.	2.85%
	d) Se han distribuido los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición.	2.85%

20%	e) Se han maquetado folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.	2.85%
	f) Se han realizado folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático.	2.85%
	g) Se han elaborado carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición.	2.85%
RA 3: Elabora documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos utilizando funciones y herramientas de hojas de cálculo.	a) Se han realizado cálculos de ventas y compras utilizados en la gestión de un pequeño comercio alimentario aplicando las principales funciones de la hoja de cálculo y de representación de gráficos.	2.5%
	b) Se ha elaborado documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.	2.5%
	c) Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientes y proveedores, empleando representaciones gráficas y texto.	2.5%
20%	d) Se ha automatizado la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo.	2.5%
	e) Se ha realizado el formateo de celdas, filas, columnas y hojas en presentación de los documentos de hoja de cálculo permitiendo su agilización y presentación.	2.5%
	f) Se han introducido textos, códigos e imágenes relativas a productos alimentarios, utilizando aplicaciones ofimáticas de hoja de cálculo.	2.5%

	g) Se han valorado inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.	2.5%
	h) Se han presentado documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.	2.5%
RA 4: Mantiene y actualiza datos relacionados con la actividad comercial alimentaria, utilizando bases de datos ofimáticas y cumpliendo normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información. 20%	a) Se han elaborado bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros.	2.85%
	b) Se han extraído los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.	2.85%
	c) Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticas, haciendo amigable y atractiva su presentación.	2.85%
	d) Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.	2.85%
	e) Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.	2.85%
	f) Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.	2.85%
	g) Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.	2.85%
RA 5: Organiza la información y	a) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.	2.5%

<p>la documentación asociada a la actividad comercial, aplicando técnicas de organización y archivo, tanto manual como informático; y cumpliendo las especificaciones de la normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.</p> <p>20%</p>	<p>b) Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.</p>	2.5%
	<p>c) Se ha gestionado la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.</p>	2.5%
	<p>d) Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.</p>	2.5%
	<p>e) Se ha registrado y archivado la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.</p>	2.5%
	<p>f) Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.</p>	2.5%
	<p>g) Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.</p>	2.5%
	<p>h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.</p>	2.5%

FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
RA1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción, y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.	a) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico en Instalaciones de Telecomunicaciones.	14,30%
	b) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.	14,30%
	c) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico en Actividades Comerciales.	14,30%
	d) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.	14,30%
	e) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.	14,30%
	f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.	14,30%
	g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.	14,30%
14,30%		
RA2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.	a) Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico en Actividades Comerciales.	1430%
	b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.	14,30%
	c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.	14,30%
	d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.	14,30%

14,30%	e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.	14,30%
	f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.	14,30%

14,30%	g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.	14,30%
RA 3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.	a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho laboral.	10%
	b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.	10%
	c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.	10%
	d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.	10%
	e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.	10%
	f) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.	10%
	g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.	10%
	h) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.	10%

14,30%	i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Actividades Comerciales.	10%
	j) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.	10%
RA 4. Determina la acción protectora del sistema de la seguridad social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.	a) Se ha valorado el papel de la seguridad social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.	12,50%
	b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de seguridad social.	12,50%
	c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la seguridad social.	12,50%
	d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de seguridad social.	12,50%
	e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.	12,50%
	f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de seguridad social, identificando los requisitos.	12,50%
	g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.	12,50%
	h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.	12,50%
14,30%		

RA 5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.	a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.	14,30%
	b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.	14,30%
	c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.	14,30%
	d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico en Actividades Comerciales.	14,30%
	e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.	14,30%
	f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico en Actividades Comerciales.	14,30%
	g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico en Actividades Comerciales..	14,30%
14,30%		
RA 6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en la empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.	a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.	14,30%
	b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.	14,30%
	c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.	14,30%
	d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.	14,30%
	e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la	14,30%

14,30%	secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.	
	f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en Actividades Comerciales.	14,30%
	g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.	14,30%
RA 7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico en Actividades Comerciales. 14,30%	a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.	16,67%
	b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.	16,67%
	c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.	16,67%
	d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.	16,67%
	e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.	16,67%
	f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.	16,67%

	b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de seguridad social.	UNIDAD 7	12,50%
	c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la seguridad social.	UNIDAD 8	12,50%
	d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de seguridad social.	UNIDAD 8	12,50%
	e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.	UNIDAD 7	12,50%
	f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de seguridad social, identificando los requisitos.	UNIDAD 8	12,50%
	g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en supuestos prácticos sencillos.	UNIDAD 8	12,50%
	h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.	UNIDAD 8	12,50%
<p>RA 5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.</p> <p>14,30%</p>	a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.	Unidad 1	14,30%
	b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.	Unidad 1	14,30%
	c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.	Unidad 1	14,30%
	d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico en Instalaciones de Telecomunicaciones.	Unidad 1	14,30%
	e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.	Unidad 1	14,30%
	f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la	Unidad 1	14,30%

	prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico en Instalaciones de Telecomunicaciones.		
	g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico en Instalaciones de Telecomunicaciones.	Unidad 1	14,30%
RA 6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en la empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados. 14,30%	a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.	Unidad 2	14,30%
	b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.	Unidad 2	14,30%
	c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.	Unidad 2	14,30%
	d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.	Unidad 2	14,30%
	e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.	Unidad 2	14,30%
	f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico en Instalaciones de Telecomunicaciones.	Unidad 2	14,30%
	g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.	Unidad 3	14,30%
	a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen	Unidad 3	16,67%

RA 7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando as situaciones de riesgo en el entorno laboral del Técnico en Instalaciones de Telecomunicacion 14,30%	y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.		
	b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.	Unidad 3	16,67%
	c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.	Unidad 3	16,67%
	d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.	Unidad 3	16,67%
	e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.	Unidad 3	16,67%
	f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.	Unidad 3	16,67%