



TÈCNICO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

Ciclo Formativo de Grado Medio
2.000 Horas



¿POR QUÉ CEIFOR ESTUDIOS?

Bienvenidos al emocionante mundo de **CEIFOR ESTUDIOS**. Nuestro programa de formación como **Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios**. En el mundo actual, la industria de alimentos y bebidas es una de las más dinámicas y fundamentales, brindando oportunidades emocionantes y desafiantes para aquellos que desean destacarse en este campo. Este programa ha sido diseñado para brindarte los conocimientos y las habilidades necesarias para prosperar en la comercialización de productos alimentarios y contribuir al éxito de esta industria en constante evolución. En este programa, explorarás cómo llevar los productos alimentarios desde la producción hasta los estantes de los supermercados y más allá. Descubrirás cómo navegar por el complejo panorama de la cadena de suministro, entenderás los procesos de marketing y promoción específicos de la industria alimentaria, y aprenderás a satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores conscientes de la calidad y la seguridad alimentaria. Estamos emocionados de acompañarte en este viaje de aprendizaje y desarrollo profesional.

Requisitos de acceso para la prueba libre (no obligatoria para la inserción laboral con nuestra titulación)

Tener alguno de los siguientes títulos: • Título de Graduado/a en Educación Secundaria Obligatoria o de un nivel académico superior. • Título Profesional Básico (Formación Profesional de Grado Básico). • Título de Técnico/a o de Técnico/a Auxiliar o equivalente a efectos académicos. **Haber superado:** • 2o curso del Bachillerato Unificado y Polivalente (BUP). • Prueba de acceso a ciclos formativos de grado medio (se requerirá tener, al menos, diecisiete años, cumplidos en el año de realización de la prueba). • Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años (la superación de las pruebas de acceso a la Universidad para mayores de 40 y 45 años no es un requisito válido para acceder a FP).



Objetivos

• Realizar análisis de viabilidad técnica, económica y financiera para constituir y poner en marcha un pequeño establecimiento comercial alimentario. • Supervisar acciones administrativas, comerciales y fiscales, y planificar la tesorería conforme a la normativa vigente para gestionar un pequeño establecimiento físico y online de productos alimentarios. • Establecer protocolos y aplicar objetivos estratégicos fijados en el plan de negocio para determinar la línea de actuación comercial del pequeño comercio alimentario. • Establecer estrategias de planes de marketing en el comercio alimentario para potenciar las ventas y fidelizar a los clientes. • Supervisar el montaje y exposición de elementos atractivos y publicitarios, y de alimentos perecederos y no perecederos, en los puntos de venta, para incentivar las compras. • Gestionar la logística de comercios alimentarios físicos y online, para garantizar la coordinación de los proveedores y el suministro de alimentos, nivel de existencias y distribución. • Supervisar la manipulación y conservación de los productos alimentarios según sus características para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias y de prevención de riesgos laborales, y de seguridad alimentaria. • Supervisar la obtención de porciones de productos alimentarios frescos, y la elaboración de derivados de carnes y pescados, en función de la pieza, destino culinario y demanda del cliente, siguiendo las condiciones requeridas de calidad y seguridad alimentaria. • Supervisar la atención comercial y la venta de productos alimentarios de forma física u online, adaptadas a las características de cada producto y necesidades del cliente, aplicando la normativa de protección del consumidor. • Coordinar y gestionar un comercio alimentario online, para conseguir los objetivos previstos en los planes de marketing digital. • Gestionar informáticamente la documentación asociada a la actividad de un pequeño comercio alimentario, físico y online, para dar la respuesta a las necesidades y demandas del cliente y a los objetivos de la empresa. • Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.





Salidas profesionales y académicas

Trabajar como:

- Responsable de establecimiento alimentario.
- Responsable de sección/sala/departamento de tienda de alimentación.
- Gestor / gestora de pequeño comercio alimentario.
- Responsable de comercios alimentarios online.
- Asesor / asesora comercial de productos alimentarios.
- Vendedor / vendedora de productos alimentarios.

Seguir estudiando:

- Curso de Especialización en Panadería y Bollería Artesanales (Acceso GM)
- Otro ciclo de Formación Profesional con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente.
- El Bachillerato en cualquiera de sus modalidades

Los módulos profesionales de este ciclo formativo son los siguientes:

01

Módulo Profesional: Constitución de pequeños negocios alimentarios.

Código: 1606. Duración: 70 horas.

Definición de la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria.

- Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. Organización estructural.
- Idea de negocio del comercio alimentario. Comercios alimentarios: tipos, características y funciones. Valoración del entorno. Modelos consolidados y novedosos.
- Emprendimiento: Factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo. Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- Evaluación del entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Análisis de las empresas del comercio alimentario Cultura empresarial. Objetivos empresariales. Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.

Elaboración de planes de inversión en el comercio alimentario:

- Valoración de ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios.
- Valoración de ubicación virtual del comercio alimentario. Segmentos de población, nichos de oportunidad.
- Valoración de costes y necesidades de equipamiento. Objetivos a corto y medio plazo. Equipamiento (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros). Determinación y costes. Alquiler y compra.
- Elaboración de planes de sostenibilidad. Gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y el mantenimiento Plan de sostenibilidad, Gastos. Previsiones Tipos de gastos: Energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y mantenimiento, entre otros.



– Valoración de las posibilidades costes de innovación y calidad del negocio alimentario.

– Estimación de costes de adquisición de equipamiento. Compra o alquiler. – Valoración de necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y largo plazo. – Elaboración del plan de inversiones. Necesidades de recursos humanos y materiales. – Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. **Realización de planes financieros de comercio alimentario:** – Determinación de fuentes de financiación externas. Costes e ingresos. – Valoración de la rentabilidad de la autofinanciación. – Valoración de la financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones. – Valoración de las ayudas públicas y privadas. Financiación. Ayudas a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo. Públicas y privadas. – Negociación del pago de impuestos. Tipo de impuestos: locales y estatales. Previsión de liquidez para el pago. – Elaboración de planes económico-financieros, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional. **Realización de la viabilidad económica y social de una pequeña empresa de comercio alimentario:** – Análisis de viabilidad económica: Ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez. • Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias. – Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario. – Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios. – Análisis de la sostenibilidad de la empresa: • Economía del bien común. • Responsabilidad social corporativa. – Gestión interna del comercio alimentario: • Fidelidad y permanencia de los empleados en el puesto de trabajo. • Rentabilidad económica de la permanencia en el puesto de trabajo. Perfil profesional y nivel técnico. **Constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario:** – Formas jurídica de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal. – Responsabilidad empresarial. – Gestión de trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. – Cálculo de gastos de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. Gastos municipales. Otros. – Formalización de la documentación de inicio de la actividad comercial.



02

Módulo Profesional: Mercadotecnia del comercio alimentario.**Código: 1607. Duración: 60 horas.****Elaboración de planes de marketing de comercialización alimentaria:**

- Plan de marketing: elaboración y estructura. Estudio de mercado. El marketing mix: política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación.
- Análisis DAFO de ideas de negocio alimentario.
- Productos alimentarios asociados a la idea de negocio: características y estacionalidad. Potencial de ventas.
- Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones de pago, estrategias de marketing, servicios al público y requerimientos exigidos para su funcionamiento.
- Estudio de mercado. Análisis del entorno. Público objetivo y competidores. Poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo. El estudio del comportamiento de la persona consumidora.
- Comerciales. Actuación.
- Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad.
- Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones.
- Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección.
- Cálculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta.
- Elaboración de planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación.

Programación de acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios: – Determinación de objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales. – Determinación de acciones de marketing mix de un comercio alimentario. Finalidad. – Determinación de necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas. – Programación de la acción publicitaria en comercialización alimentaria. Tipo de negocio, estacionalidad, entorno. – Técnicas de promoción en comercios alimentarios. – Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado

Determinación de precios de venta de productos alimentarios: – Métodos de fijación de precios. Criterios: a partir del coste, basados en la competencia y en la demanda del mercado. – Cálculo de costes de comercialización alimentaria. – Cálculo de beneficios. – Determinación de pruebas de rendimiento de productos alimentarios. – Precio de venta al público. Cálculo del escandallo. Cálculo de fijación de precios. Margen comercial. Componentes y Cálculo. Punto muerto. Tendencia del mercado. Fluctuaciones del mercado. – Formas y medios de pago. Descuentos según tipos de productos. Elaboración de planes de pagos. – Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.

Establecimiento de formas y canales de distribución de productos para comercios alimentarios: – Planificación de la distribución de productos del comercio alimentario: Venta tradicional, online y autoservicio. – Selección de canales de distribución de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial. Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución. – Estrategias de distribución. – Cálculo del coste de distribución según el tipo de producto alimentario. Transporte. Almacenamiento. Seguros, comisiones y márgenes comerciales. – Cumplimentación de contratos de intermediación comercial. – Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción del cliente.

Valoración de las acciones de marketing de la comercialización alimentaria: – Criterios de valoración de las acciones promocionales. Objetivos obtenidos y previstos. Indicadores. – Índices y ratios económico financieros. – Valoración de la eficacia de una acción de comunicación. Indicadores – Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing.

Aplicaciones informáticas específicas.

- Análisis de resultados. Medición de la rentabilidad del producto.
- Valoración de la imagen de empresa. Satisfacción del cliente.
- Valoración de acciones promocionales. Fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.



03

Módulo Profesional: Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación.

Código: 1608. Duración: 60 horas.

Organización de la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta:

- Ubicación de mostradores, expositores y lineales. Condiciones establecidas para la ubicación. Normativa vigente.
- Influencia sobre las ventas de la publicidad en el punto de venta. Elementos internos y externos.
- Técnicas comerciales sobre la ubicación de productos alimentarios en los lineales y escaparates, y elementos informativos y publicitarios en el punto de venta.
- Ubicación de equipamientos en el comercio alimentario. Desplazamiento. Carretillas, cestas y carros.
- Supervisión del estado y mantenimiento de cestas y carros. Normas de seguridad alimentaria y de prevención de riesgos en la distribución de la superficie de la tienda.

Supervisión de la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta:

- Programación de reposición de productos no perecederos. Estacionalidad y caducidad. Rotación de productos. Lineales, góndolas y expositores.
- Criterios comerciales de diseño y decoración de puntos de venta. Distribución de productos.

- Supervisión de la colocación de elementos visuales en lineales y puntos de venta. Operatividad.
- Control de accesibilidad a los productos no perecederos del lineal. Identificación y visibilidad de marca y etiquetado.
- Cartelería: informativa, de ofertas y promociones.
- Agrupación de productos no perecederos por zonas, familias y efectos visuales.
- Control de temperaturas y conservación de productos expuestos. Confort de los clientes.
- Seguimiento de lotes de productos según proveedores y ubicación. Control de calidad y rendimiento de ventas.

Supervisión de la exposición de productos frescos en mostradores y vitrinas:

- Productos frescos y su colocación expositores y mostradores. Rotación y reposición. Normativa higiénico-sanitaria.
- Productos cárnicos. Criterios de colocación: Despiezado, procedencia y categoría, entre otros.
- Productos perecederos. Localización y adquisición. Agrupación en mostradores y armarios. Familias de productos. Elementos de animación: Móviles y visuales.
- Supervisión de limpieza y tratamiento de armarios y cámara frigoríficos.
- Supervisión de la cadena de frío y calidad del producto. Control de temperatura.

- Supervisión del aspecto visual y organoléptico de los productos frescos. Tratamientos de los productos en los mostradores: agua rociada, hielo y otros.
- Transporte de suministros a expositores. Tipos.

Determinación de acciones promocionales en establecimientos de alimentación:

- Técnicas de Incentivación de ventas. Acciones promocionales: Necesidades comerciales y presupuesto.
- Valoración del resultado de las acciones promocionales. Objetivos comerciales.
- Presentación de ofertas de productos alimentarios. Vales descuento. Normativa de protección del consumidor.
- Presentación de catas de nuevos productos y marcas.
- Programación de la difusión de música ambiental. Ofertas de productos. Criterios de horario y afluencia.
- Captación de clientes. Iluminación de sectores de productos.



Determinación del montaje de elementos atractivos y publicitarios en espacios de venta de productos alimentarios:

- Agrupación de alimentos: Sectores, zonas frías y calientes. Elementos de decoración, publicitarios y cartelera.
- Animación a la venta. Emisión de videos, clips publicitarios y demostrativos.
- Supervisión de la elaboración de carteles. Elementos informativos y decorativos, y su ubicación.
- Creación de mensajes visuales. Técnicas de diseño de mensajes visuales: Programas ofimáticos.
- Supervisión de montaje de elementos decorativos. Legislación sobre prevención de riesgos laborales. Seguridad de clientes y trabajadores.
- Composición y montaje de elementos ornamentales y carteles en escaparates y expositores. Criterios estéticos y comerciales.
- Control de iluminación. Tipos de iluminación. Ambiental y directa.



04

Módulo Profesional: Atención comercial en negocios alimentarios.**Código: 1609. Duración: 60 horas.****Determinación de líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios:**

- Organización del departamento de ventas del comercio alimentario. Imagen de marca, producto, tipo de cliente y objetivos comerciales.
- Personal de venta: Determinación del tamaño del equipo. Funciones y responsabilidades.
- Planificación de las ventas. Objetivos y acciones. Plan de atención comercial. Fases del proceso de venta.
- Acciones de formación, motivación y promoción del personal del comercio alimentario. Objetivos.

- Elaboración del argumentario de ventas. Puntos fuertes y débiles. Tipo y comportamiento del cliente.
- Protocolo de atención al cliente: Quejas y reclamaciones. Normativa de protección del consumidor.
- Mejora de la atención comercial. Retroalimentación.

Supervisión de la transmisión de información comercial al cliente:

- Supervisión de protocolos de atención al cliente. Técnicas de comunicación en negocios alimentarios: Verbales y no verbales. Características del cliente. Resolución de contingencias.
- Supervisión de la atención telefónica. Protocolos, finalidad y técnicas de locución.
- Protocolos de recepción de clientes. Técnicas de utilización e interpretación de la comunicación no verbal: expresiones, gestos, posturas, movimientos e imagen personal.
- Asesoramiento a clientes de productos alimentarios: características, beneficios y precios, y de políticas de empresa: tiempos de entrega, formas de pago, descuentos. Transmisión de confianza. Compromisos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).
- Valoración de la apariencia de los empleados, lugar y productos ofertados.
- Valoración de la atención al cliente. Tiempo de dedicación y espera.

Atención de reclamaciones y sugerencias del cliente en comercios alimentarios:

- Protocolo de devoluciones, sugerencias, quejas y reclamaciones. Cumplimentación de documentación y tramitación.
- Derechos del consumidor. Normativa sobre reclamaciones.
- Resolución de reclamaciones. Notificación de resolución de reclamaciones: Oral, escrita y telemática.
- Técnicas de negociación y comunicación en quejas y reclamaciones: Escucha activa, empatía y asertividad.
- Valoración de las consecuencias administrativas de la mala gestión de una reclamación.
- Valoración de sugerencias e incidencias de las quejas y reclamaciones. Retroalimentación.

Gestión de la atención comercial con los proveedores:

- Busca y selección de proveedores. Factores comerciales: Proximidad, variedad, calidad de productos, precio y operatividad, entre otros.
- Establecimiento y actualización de bases de datos de proveedores de productos alimentarios.
- Canales y procedimientos de comunicación con proveedores: ofimáticos y tradicionales.
- Gestión de pedidos de productos alimentarios con los proveedores. suministros. Comunicación y documentación.
- Negociación de ofertas de suministros.
- Valoración de proveedores de productos alimentarios.
- Gestión interdepartamental de los acuerdos obtenidos con los proveedores. Protocolos de comunicación interna.

Valoración de la eficacia del servicio de atención comercial:

- Establecimiento de los estándares de calidad. Atención comercial en negocios alimentarios.
- Técnicas de fidelización del cliente. Valoración del servicio.
- Valoración de incidencias en el comercio alimentario. Estrategias y criterios de mejora.
- Gestión de incidencias y reclamaciones. Clasificación y posibles tratamientos.
- Control de calidad del servicio de atención comercial. Métodos y herramientas.
- Valoración de la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones. Formas y plazos de resolución de quejas. Contraste de resultados.
- Valoración de la satisfacción de los clientes. Servicios, productos ofertados y prestaciones.



05

Módulo Profesional: Seguridad y calidad alimentaria en el comercio.**Código: 1610. Duración: 70 horas.****Elaboración, realización y seguimiento de planes de limpieza de los equipos e instalaciones utilizados en comercios alimentarios:**

- Requisitos higiénico-sanitarios: equipos, utillaje e instalaciones en la manipulación de alimentos.
- Organización de los equipos de limpieza y desinsectación: procedimientos, personal, productos, desinfectantes y equipos de limpieza y desinfección (L+D).
- Planificación y tratamientos de desratización, desinsectación y desinfección (DDD). Frecuencia y normativa.
- Supervisión y comprobación de la calidad higiénico-sanitaria en la limpieza de equipos e instalaciones.
- Supervisión del registro de incidencias del plan de limpieza y desinfección.
- Verificación de medidas correctivas propuestas.
- Valoración de los peligros de contaminación química asociados a la manipulación y almacenamiento de productos de limpieza, desinfección y tratamientos DDD.

Establecimiento de sistemas de autocontrol de seguridad alimentaria basado en el APPCC y control de la trazabilidad: – Documentación y trazabilidad del alimento a comercializar. Origen, etapas y destino. – Controles de peligros potenciales: físicos, químicos y biológicos. Detección de peligros. – Puntos críticos de control. Límite crítico. – Establecimiento de medidas de control y acciones correctivas. Seguridad del sistema. – Aplicación de normativa voluntaria del sector alimentario: BRC, IFS, UNE-EN ISO 9001:2000, UNE-EN ISO 22000: 2005. – Guías de buenas prácticas de higiene alimentaria y medioambiental. – Elaboración y actualización de la documentación asociada a un APCC.

Establecimiento y supervisión de las condiciones higiénico-sanitarias en la manipulación de alimentos y de los peligros asociados a los malos hábitos higiénicos: – Procedimientos en la manipulación de alimentos. Aplicación de normativa higiénico- sanitaria. – Establecimiento de medidas preventivas. Controles higiénico-sanitarios. – Protocolos de actuación frente a alertas sanitarias. – Protocolo de actuación frente a contaminaciones cruzadas. Riesgos y toxiinfecciones de origen alimentario. Identificación del punto crítico o lote origen de la alteración. – Condiciones higiénico-sanitarias. Propuestas de mejora y aportaciones del personal. – Protocolo de recogida de muestras testigo. Método, identificación, características de la muestra. Recipientes. Tiempo de conservación de la muestra. Gestión del tratamiento de los residuos y subproductos de origen animal no destinados al consumo humano (SANDACH) de forma selectiva: – Plan de control de residuos generados en el establecimiento comercial. Tipos, clasificación y transporte. – Tratamiento de SANDACH. Requisitos normativos: manipulación, almacenamiento, recogida y transporte. – Clasificación según tipos de residuos, origen, estado, reciclaje, depuración y tratamiento. Contenedores de SANDACH. – Supervisión de las técnicas de recogida de productos caducados. Tratamiento y gestión. – Control de las no-conformidades. Acciones correctivas relacionadas con la gestión de los residuos. – Supervisión de la señalización y maniobra de las zonas de ubicación de contenedores. Diferenciación según peligrosidad, tipo y provisionalidad, entre otros.

Establecimiento de los sistemas que determinan la calidad de los productos alimentarios expuesto para la venta: – Planificación y verificación de las acciones de calidad según productos alimentarios: frescos, perecederos, sostenibles y ecológicos. – Acciones de no conformidad. Condiciones, ofertas y sección de ventas. – Determinación del estado de los productos frescos. Condiciones organolépticas. – Determinación del estado de los productos sostenibles: de comercio justo y de gourmet.

- Valoración del estado y etiquetado de los productos para clientes con enfermedades, intolerancias y alergias alimentarias. Patologías: diabetes, hipertensión, hipercolesterolemia, entre otros. Intolerancias: Celiacos, a la lactosa y al huevo, entre otras). Fecha de caducidad y el tipo de envasado. Etiquetado de productos. Etiquetado de informe nutricional. Componentes: descriptores genéricos, propiedades saludables y alérgenos.
- Determinación del estado de los productos no perecederos: envasado, y fechas óptimas de consumo.
- Determinación y comprobación del estado de bebidas y licores: color, textura, aspecto visual, añada, temperatura, entre otros.
- Valoración de la calidad de los productos alimentarios. Satisfacción del cliente. Criterios comerciales.



Módulo Profesional: Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados.

Código: 1611. Duración: 85 horas.



Supervisión y obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos:

- Comprobación del estado de los productos cárnicos. Aroma y color.
- Técnicas de deshuesado y despiezado de canales y piezas cárnicas.
- Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos: Carne picada, adobada y salchichas frescas. Destino culinario y características del animal.
- Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario.
- Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual.
- Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados. Características y requerimientos del cliente.
- Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria.

Supervisión y obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos: – Comprobación del estado de pescados y mariscos. Características organolépticas, estacionalidad, tallas mínimas y estado de conservación. – Supervisión y limpieza de pescado: desescamado, pelado, fileteado, troceado descabezado, eviscerado y desespinado. – Obtención de porciones de pescado. Destino culinario y tipos de pescados. – Exposición en mostradores de pescados: conservación fresca y atractivo visual. – Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario. – Supervisión del envasado de pescados y mariscos. Métodos de envasado. – Medidas de seguridad. Normativa higiénico-sanitaria. **Supervisión y elaboración de bandejas de frutas y verduras:** – Comprobación de frutas y verduras: tipos, características. – Supervisión de la exposición de frutas y verduras en mostradores expositores y bandejas. Estacionalidad, calidad y calibre. Propiedades y conservación. – Supervisión de la presentación y troceado de frutas y verduras. – Elaboración de bandejas. – Características y requerimientos del cliente. – Envasado de frutas y verduras. – Medidas de seguridad y condiciones higiénico-sanitarias. **Preparación y asesoramiento de productos alimentarios:** – Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet. Características. – Técnicas de corte: manuales y mecánicas. Jamones de calidad. – Técnicas de troceado y corte de quesos. Características. – Supervisión de la elaboración de tablas de quesos, jamones y embutidos. Características: aroma, sabor y picor. – Asesoramiento sobre vinos. Calidad, añada, variedades de uva y maridaje. – Asesoramiento sobre quesos. Características: fragilidad, densidad, dureza y cremosidad. Destino culinario. – Asesoramiento sobre productos gourmet. Tipos: caviar, ahumados, ventresca y salazones. Origen y destino culinario. **Realiza el etiquetado de productos frescos:** – Normativa específica sobre el envasado de productos frescos. – Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios. – Trazabilidad. – Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado. – Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto. – Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.



Módulo Profesional: Logística de productos alimentarios.

07

Código: 1612. Duración: 100 horas.

Establecimiento de las condiciones de recepción de alimentos de un comercio alimentario:

- Procedimiento de revisión de pedidos. Cantidad, plazo de entrega, calidad y precio
- Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios.
- Comprobación de la documentación y etiquetado. Comprobación del estado del embalaje y temperatura de los productos transportados.
- Valoración de calidad de los productos alimentarios recepcionados. Condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
- Comprobación de la caducidad de los productos transportados.
- Gestión de devoluciones de productos alimentarios a proveedores.
- Supervisión del registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.

Establecimiento de las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías alimentarias:

- Zonificación de almacenes. Características de los productos: Conservación y refrigeración.
- Procedimientos de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. Equipamiento y utillajes.
- Supervisa maquinaria, equipos y útiles de almacén. Productos pesados.
- Criterios de conservación. Ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios.
- Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad.
- Condiciones de almacenamiento:
 - Ubicación en función de conservación y consumo.
 - Condiciones de temperatura, orden y limpieza.



Determinación de las condiciones de expedición de productos alimentarios:

- Supervisión de equipos de embalaje y paletizado de productos alimentarios.
- Alternativas en la atención de envíos: a domicilio y venta online.
- Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuida a domicilio.
- pedidos de productos alimentarios. Técnicas y materiales de embalaje. Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria. Documentación asociada: órdenes de pedido.
- Supervisión de los medios de transporte utilizados y expedición de productos alimentarios.
- Procedimiento y documentación en devoluciones de productos.
- Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales.

Gestión de almacén de productos alimentarios:

- Elaboración y actualización de inventarios: valoración de existencias, criterios de valoración, y métodos de valoración: FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión.
- Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas.
- Cálculo de stocks:
 - Seguridad, óptimo y mínimo.
 - Pérdidas: conocida y desconocida.
 - Merma: natural por deshidratación, física por deterioro, y por caducidad.
- Valoración de desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis.
- Cálculo del ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos.
- Programación de suministros. Estacionalidad, periodos de demanda y evolución de la actividad.

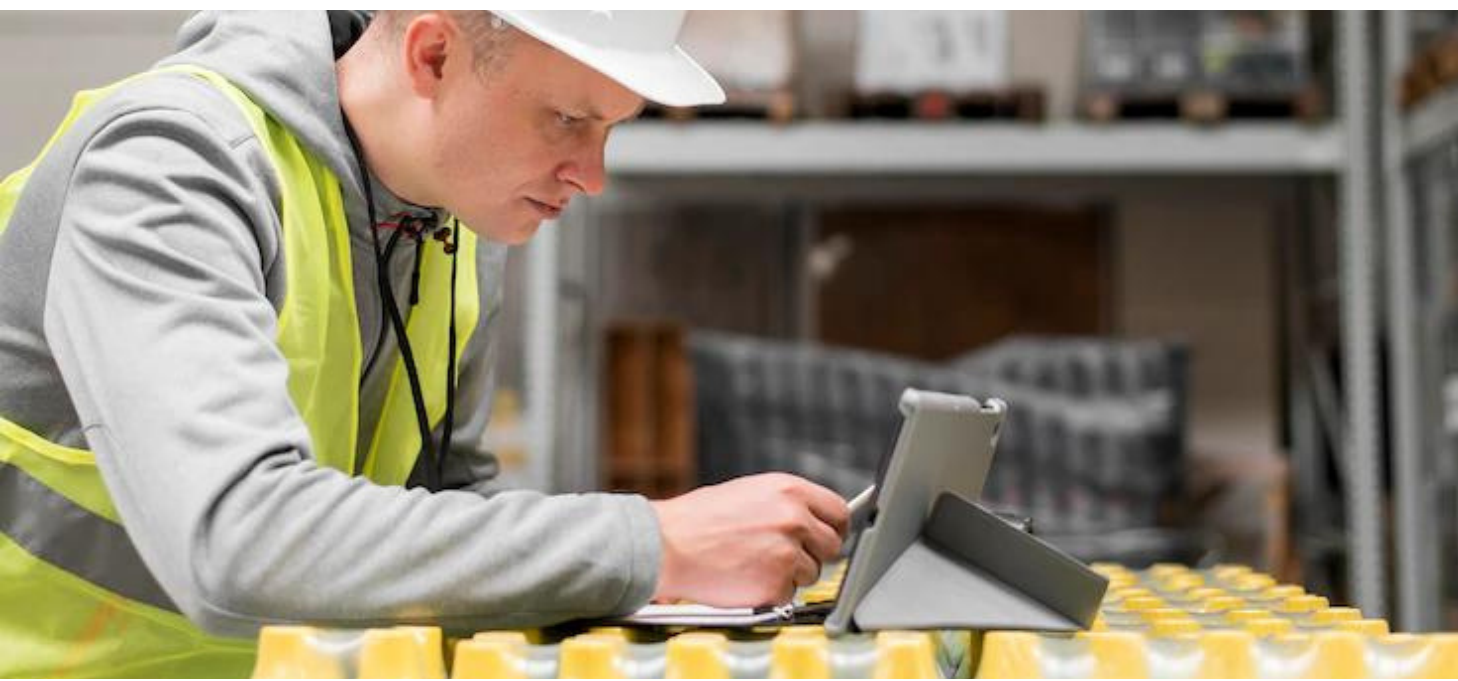
Programación de actividades y tareas del personal de un almacén alimentario:

- Organización de tareas y funciones del personal de almacén.
- Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén.
- Valoración de necesidades de formación del personal de almacén.
- Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes.

Manipulación

de mercancías. Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén.

- Gestión de residuos y SANDACH en almacén. Normativa de seguridad e higiene en el almacén.



Módulo Profesional: Comercio electrónico en negocios alimentarios.

08

Código: 1613. Duración: 90 horas.

Elaboración de planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios:

- Planes de marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control, seguimiento.
- Selección de agentes. Canales de distribución online. Características y operatividad.
- Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas o de geolocalización y comparadores de precios.
- Establecimiento de dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Mejora de calidad de la empresa.
- Objetivos e indicadores de rendimiento de la página web. Segmentación del mercado.
- Presupuesto y estimación de costes de una página web.

Constitución de una tienda online de productos alimentarios:

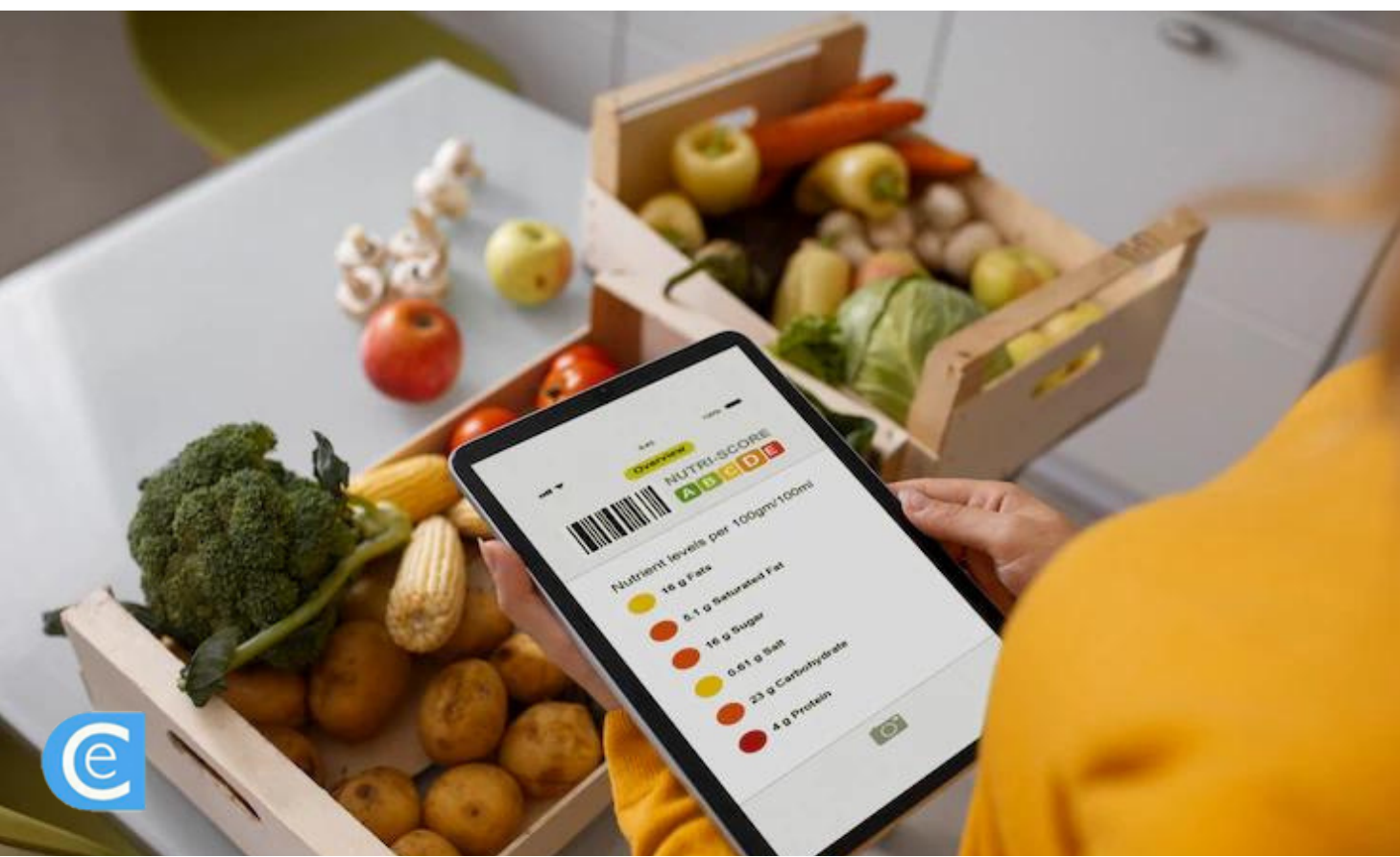
- Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen.
- Integración en comercios online en comercios físicos.
- Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro. Creación de empresas de estudiantes:
 - Transacciones económicas.
 - Emisión de facturas.
 - Apertura y mantenimiento de cuentas bancarias.
- Constitución de una web de productos alimentarios. Características. Diseño: responsable, amigable y usable. Condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.
- Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos.
- Instalación de dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales.
- Establecimiento de medidas de seguridad. Legislación. Protección del consumidor. Transacciones seguras.
- Gestión de recepción de pedidos, entrega y cobro.
- Recepción de pedidos: orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
- Elaboración del presupuesto de pedidos.
- Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega.
- Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad.
- Distribución, seguimiento y entrega del envío. Medios de envío.



– Reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario. Corrección de errores y deficiencias en la entrega. – Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.

Mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online: – Actualización de ficheros de la página web: nuevos productos, tendencias de mercado, promociones y gustos del cliente. Programas informáticos: de texto, imagen y sonido. – Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos. Posicionamiento en la web. – Actualización y diseño de la página web. Mejora de enlaces. Eficiencia y rentabilidad comercial. – Atención al cliente en tiempo real. Dispositivos electrónicos. – Actualización de ficheros de clientes, productos y precios. – Retroalimentación y acciones de mantenimiento.

Valoración del rendimiento del comercio electrónico alimentario: – Medidas de mejora de campañas publicitarias online, volumen de visitas y tráfico de ventas. – Valoración del rendimiento de los indicadores del tráfico e impacto. Herramientas de análisis: Gratuitas y de pago. – Relación y análisis de ratios: Inversiones, entorno y resultado de venta. – Valoración de la satisfacción del cliente. Tasa de fidelización. – Evaluación de la trazabilidad de la distribución. Planificación y modificación de rutas de reparto: recursos humanos, tiempo acordado y estado de entrega del producto. – Evaluación de medios de pago online. Gastos bancarios. – Valoración de la rentabilidad económica de la tienda online: volumen de negocio, gastos de distribución, de personal y de publicidad.



Módulo Profesional: Ofimática aplicada al comercio alimentario.

09

Código: 1614. Duración: 70 horas.

Realización de materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes:

- Edición de textos comerciales alimentarios mediante aplicaciones informáticas.
- Importación y exportación de datos sobre productos alimentarios. Conversión de datos entre aplicaciones informáticas.
- Maquetación ofimática relativa al comercio alimentario: textos e ilustraciones, paginación. Elaboración de índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. Publicaciones online. Aplicaciones ofimáticas de maquetación.
- Presentación de diapositivas comerciales alimentarias. Presentaciones publicitarias. Tratamiento del texto. Estilo. Imágenes y sonidos libres de derechos. Aplicaciones ofimáticas de presentaciones.
- Elaboración de carteles y ofertas corporativas. Publicación vía impresión. Publicación y difusión online.
- Protección de materiales elaborados y protocolos de seguridad. Resolución de incidencias.

Confección de folletos publicitarios para comercios alimentarios:

- Composición de folletos y catálogos publicitarios del comercio alimentario. Características de diseño de textos informativos y publicitarios. Redacción de materiales publicitarios: adecuación al mensaje a transmitir.
- Composición de imágenes de folletos de negocios alimentarios: contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- Maquetado de folletos y catálogos publicitarios. Organización del mensaje, proporción, equilibrio y simetría. Plantillas ofimáticas. Importación de textos e imágenes para su maquetación. Elaboración de carteles y ofertas comerciales. Criterios comerciales y de composición. Distribución de la información textual y visual en un folleto.

Elaboración documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos:

- Cálculo de datos de ventas y compras.
- Elaboración de documentos: stocks, productos, clientes y proveedores. Valoración de stocks, productos, clientes y proveedores. Representación de gráficos.
- Elaboración por hoja de cálculo de documentos de gestión del comercio alimentario: Facturas, albaranes, cartas y emails. Rutinas. Automatización de confección de documentos de gestión.
- Formateo de celdas, filas, columnas y hojas de cálculo. Presentaciones de hoja de cálculo. Introducción de textos, códigos e imágenes.



- Valoración de costes financieros y de amortización de préstamos mediante hoja de cálculo. Representaciones gráficas a partir de cálculos numéricos.

- Presentación atractiva de documentos comerciales mediante hoja de cálculo.

Publicación online.

Mantenimiento y actualización de bases de datos relacionados con la actividad comercial alimentaria:

- Elaboración de bases de datos ofimáticas relacionales, de clientes, productos y proveedores, entre otros.

- Creación, elaboración y actualización de registros de datos. Relaciones. Herramientas de gestión de las relaciones con el cliente a través de la nube (CRM). - Realización de consultas. Acceso a la información. Presentación online: amigable y atractiva. Accesibilidad. - Listas de datos relacionales: introducción, ordenación y validación de datos en una lista. Filtros de datos. - Creación de formularios e informes.

- Elaboración de documentos a partir de bases de datos relacionales: consultas de datos de las tablas. - Aplicación de la normativa legal en materia de protección de datos en bases de datos.

Organización de la información y la documentación asociada a la actividad comercial:

- Determinación del sistema de clasificación, registro y archivo del comercio alimentario: online o físico. Condiciones específicas. - Organización de la documentación digital en función del pedido y el cliente. Facilidad de acceso. - Ordenes de pedidos del cliente. Gestión y comprobación. Productos alimentarios. Clientes. Forma de pago. - Gestión de libros de registro de entrada y salida en soporte informático: Documentos informáticos habituales, correspondencia y paquetería electrónica. Agenda y trazabilidad. - Organización, archivo, fácil acceso y niveles de protección. Documentación fiscal y de tesorería. Aplicación de normativa de protección de datos y protección de documentos en el archivo.



Módulo Profesional: Inglés.**10****Código: 0156. Duración: 90 horas.****Análisis de mensajes orales:**

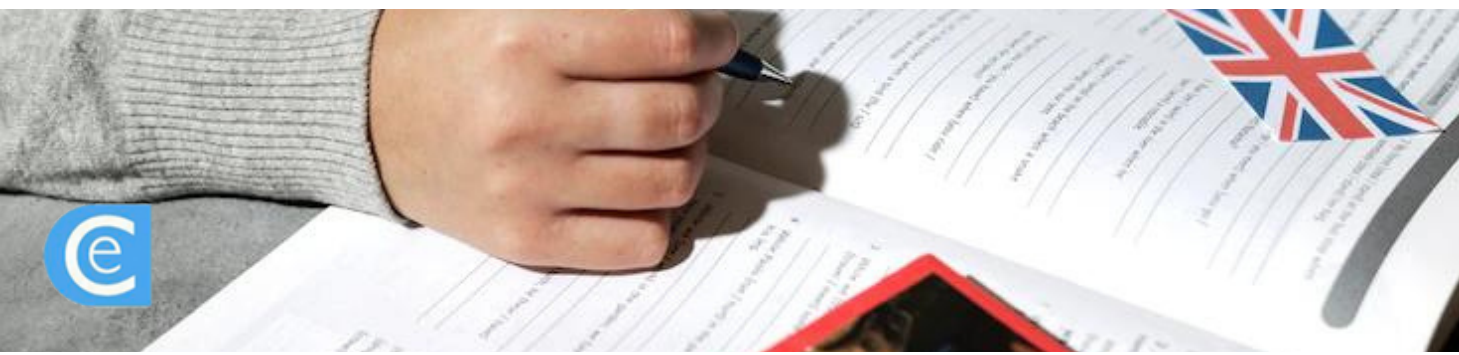
- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos:
 - Mensajes directos, telefónicos y grabados.
 - Terminología específica del área profesional.
 - Ideas principales y secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
 - Otros recursos lingüísticos: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones.
- Diferentes acentos de lengua oral.

Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos:
 - Soportes telemáticos: fax, e-mail y burofax, entre otros.
 - Terminología específica del área profesional.
 - Idea principal e ideas secundarias.
 - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto. Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.
- Terminología específica del área profesional.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones e instrucciones.
- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:
 - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
 - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, entre otros.
 - Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.



Emisión de textos escritos:

- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail y burofax, entre otros.
- Terminología específica del área profesional.
- Idea principal e ideas secundarias.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.
- Coherencia textual:
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
- Variedad de lengua. Registro.
- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación y conclusión y/o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.



Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

11

Código: 1616. Duración: 50 horas.

Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Definición y análisis del sector profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Métodos para la resolución o supresión del conflicto. Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Equipos en negocios alimentarios.
- La participación en el equipo de trabajo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.

Contrato de trabajo:

- El derecho del trabajo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de trabajadores y trabajadoras.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en comercialización de productos alimentarios.
- Beneficios para trabajadoras y trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad y beneficios sociales, entre otros.



Seguridad Social, empleo y desempleo:

- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones del empresariado y su personal en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- Situaciones protegibles por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- Análisis de factores de riesgo.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y sicosociales.
- Riesgos específicos en el sector del comercio alimentario.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

12

Código: 1617. Duración: 220 horas.

Este módulo profesional contribuye a completar todas las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo formativo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.



TÈCNICO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS



PARA MÁS INFORMACIÓN

 www.ceiforestudios.com

 informacion@ceiforestudios.com
623 40 34 68



 @ ceiforestudios

 @ ceiforestudios

 @ CeiforEstudios