



# **PROGRAMACIÓN DE GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO**

**2º Ciclo Formativo de Grado Medio  
Actividades Comerciales**

**DEPARTAMENTO DE COMERCIO  
I.E.S. LAS SALINAS  
SAN FERNANDO (CÁDIZ)  
CURSO: 2020/2021**

## 1. Contenidos.

Son los elementos de referencia para alcanzar los resultados de aprendizaje del módulo y adquirir las competencias.

Según establece el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, los contenidos básicos del currículo quedarán descritos de forma integrada en términos de procedimientos (*habilidades*), conceptos (*conocimientos*) y actitudes. Se agruparán en bloques relacionados directamente con los resultados de aprendizaje.

### BLOQUE 1: EMPRESA Y CULTURA EMPRENDEDORA

#### 1. La cultura emprendedora.

- El papel social de los emprendedores.
- Factores claves de los emprendedores. Iniciativa, creatividad y formación.

#### 2. La empresa y el empresario o empresaria.

- El empresario o empresaria, el propietario, el administrador, el director, el emprendedor y otros conceptos.
- Roles y habilidades del empresario o empresaria.

#### 3. La empresa. Concepto y elementos de la empresa.

- Factores de producción. Elementos materiales, humanos, financieros y de producción.
- Objetivos de la empresa. La responsabilidad social.

4. Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios. Según su tamaño, la titularidad del capital, el sector de actividad, su ámbito de actuación, su forma jurídica y otras.

5. Funciones básicas de la empresa. El organigrama.

6. El plan de empresa. La idea de negocio.

7. Características de las pymes.

8. Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.

- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.

9. Características del pequeño comercio de proximidad.

10. Instituciones y organismos competentes en comercio interior.

- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

- Recursos disponibles online.

## **BLOQUE 2: FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA**

Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha:

1. La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales. Ventajas e inconvenientes.

2. La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.

- Sociedades personalistas. Colectivas y Comanditarias.

- Sociedades capitalistas. Sociedad anónima. Sociedad de responsabilidad limitada, sociedad limitada nueva empresa. Sociedades laborales, anónima y limitada.

- Otras sociedades mercantiles. Sociedades cooperativas y otras.

3. Sociedades sin personalidad jurídica. Sociedades civiles y comunidades de bienes.

4. Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.

5. Constitución de la empresa. Requisitos y obligaciones formales.

### **BLOQUE 3: TRAMITES EN LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA**

Trámites fiscales, laborales, municipales y otros específicos.

1. La ventanilla única empresarial. La VUE online.

2. Obligaciones mercantiles, fiscales y laborales de la empresa. Normativa.

3. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa. Oficinas de información y de registro. Proyecto Red 060.

### **BLOQUE 4: CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO**

Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio

1. Análisis interno y externo de la empresa.

- Análisis del macroentorno de la empresa.

- Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.

- Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

2. Estudio del consumidor/cliente. Características e identificación de la clientela.
3. Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. Factores a tener en cuenta. Método del análisis de mapa y otros métodos. La tienda online.
4. Definición de las características de la tienda. Equipos, instalaciones, distribución y otras.
5. Definición de la oferta comercial o surtido de productos. La cartera de productos.
6. Precios de venta de los productos. Lista de precios de venta al público.
7. Definición de los recursos humanos necesarios y su organización. El organigrama.
8. Elaboración del plan de empresa. Contenido de un plan de empresa. El plan de inversiones básico, recursos financieros necesarios, estudio de viabilidad económico-financiera y otros posibles.

## **BLOQUE 5: INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN**

Elaboración de un plan de inversiones básico

1. Estructura económica y financiera de la empresa.
2. Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.
3. Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.
  - Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.
  - Contratos de compraventa y de alquiler. Complimentación.
4. Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.

- Selección del suministrador más conveniente.
- Contratos de suministros. Cumplimentación.

5. Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.

- Financiación a largo plazo. Préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos. Documentos y su cumplimentación.

- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y otras. Intereses y gastos. Documentos y su cumplimentación.

6. Selección de la forma de financiación de las distintas inversiones.

7. Cálculo de los costes financieros. Uso de aplicaciones informáticas.

8. Seguros de bienes. Clases de pólizas.

9. Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.

## **BLOQUE 6: EL PLAN DE TESORERÍA**

Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio

1. Previsión de la demanda.

2. Previsión de ingresos y gastos.

- Elaboración de presupuestos. El corto y el largo plazo.

3. Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.

- Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.

- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.

4. Fijación de los plazos, formas y condiciones de pago.
5. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad. El plazo de recuperación, el VAN, la TIR y otras formas.
6. Período medio de maduración.
7. Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez. Calendario de cobros y pagos. Plan de tesorería. Desequilibrios y medidas de ajuste.
8. Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa.
  - Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa. El balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y otras.
  - Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos. Rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.
9. Aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios, elaboración de presupuestos y el análisis económico-financiero de la empresa.

## **BLOQUE 7: DOCUMENTACIÓN COMERCIAL BÁSICA**

*Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago*

1. Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios. El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.
2. Facturación de las ventas. Características, requisitos legales y tipos de facturas.
  - Complimentación y expedición de facturas comerciales. Facturación electrónica.
  - Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.

3. Medios y documentos de pago y cobro. Cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, entre otros. Medios de pago electrónicos.

4. Remesas de efectos comerciales.

- Gestión de cobro de efectos comerciales.

- Negociación y descuento de efectos comerciales. Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.

5. Gestión de impagados. Requisitos legales, gestión y documentación.

## **BLOQUE 8: PROCESO ADMINISTRATIVO CONTABLE/FISCAL**

Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa:

1. Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores y trabajadoras, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.

2. Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores y trabajadoras autónomos.

3. El patrimonio de la empresa. Activo, pasivo y patrimonio neto.

- El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.

- Las cuentas. Otras masas patrimoniales.

4. Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.

5. La contabilidad de la empresa.

- El Plan General Contable para las pymes.

- Los libros contables y de registro.

- El ciclo contable. Registro de las operaciones.



- El resultado del ejercicio.
- Las cuentas anuales.

6. El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.

- Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal.
- Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación. Declaración-liquidación del IVA.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

Modalidades de tributación.

- El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.
- Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.

7. Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable. Externalización de la gestión contable, laboral y fiscal en el pequeño comercio.

## **BLOQUE 9: EL PLAN DE CALIDAD**

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

1. Características del servicio de calidad en un pequeño comercio. La calidad total.

2. Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios. La norma UNE 175001-1 y otras.

- Código de buenas prácticas. Requisitos de servicio, del personal y de los elementos tangibles.

3. Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios. El coste de no dar calidad.

4. Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos. Según las características del producto, de la clientela y del sector.
5. Instrumentos para medir la calidad. Modelo SERVQUAL y otros.
6. Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
7. Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes. Sistema CRM, entre otros.
8. Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio. Normativa. Hojas de reclamaciones.
9. Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes. Cuestionarios, entrevistas directas, sugerencias, entre otros.
10. Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios. Ley de defensa y protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, entre otras.
11. Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad.
12. Plan de calidad del pequeño comercio.

## **2. Metodología.**

Debido a la situación excepcional provocada por la pandemia y la emergencia sanitaria creada, este módulo se impartirá en régimen de semipresencialidad, de tal forma que los alumnos asistirán a clase 3 horas presenciales, que se dedicarán a aclarar dudas de actividades de la semana anterior, y a avanzar conceptos teóricos que se utilizarán a lo largo de la semana. Las 5 sesiones restantes se realizarán de forma telemática.

En las sesiones telemáticas el docente propondrá actividades, textos, videos, etc para que el alumnado pueda trabajar de forma autónoma,

pudiendo conectarse a través de la plataforma Classroom, para la resolución de dudas, puesta en común o explicaciones.

El docente propondrá actividades que los alumnos podrán subir a la plataforma Classroom, Idoceo Connect, Quizizz, Kahoot, etc, de forma que faciliten la labor de evaluar y la obtención de un Feed-Back por parte del alumnado.

La metodología constituye el conjunto de criterios y decisiones que organizan, de forma global, la acción didáctica en el aula: papel que juega el alumnado y docentes, medios y recursos utilizados, tipos de actividades, organización de los tiempos y espacios, agrupamientos, secuenciación y tipo de tareas. Es evidente que existirán metodologías diversas, pero en las enseñanzas de la Formación profesional la metodología didáctica de formación profesional, tal como establece el **art. 8.6 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio**, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente.

La metodología didáctica en la Formación Profesional debe hacer especial hincapié en fomentar la capacidad de **autoaprendizaje del alumnado** y el **trabajo en equipo**. Se debe partir de la idea de que el alumno/a es, en última instancia, quien realiza su propio conocimiento. Pero el aprendizaje no se produce en el vacío y es el docente el que ha de actuar como guía proporcionando los recursos necesarios y planificando las situaciones para que se puedan llevar a cabo los aprendizajes. En ese sentido, las decisiones metodológicas que se adopten deben tener en cuenta que aprender es asimilar significados nuevos en un proceso interactivo entre el propio alumno, los contenidos, el docente y los compañeros o compañeras. De ahí, la importancia de trabajar en equipo.

Por ello, seguiremos una **metodología didáctica constructivista** que se adapte a los fines de adquisición de capacidades y competencias, a las características del alumno/a y a la naturaleza del Ciclo Formativo para que el alumnado pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional. Además de una **metodología activo-participativa**, basada en el protagonismo del alumno/a, procurando que participe en clase, de manera que la labor del docente queda relegada a un mero guía o tutor en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Una opción para fortalecer, enriquecer y desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje por competencias es la metodología del **Aprendizaje por Proyectos (ApP)**, la cual es una estrategia que ayuda a los docentes a lograr de una manera didáctica los objetivos planteados en el Plan y programas de estudio. Esta estrategia apoya a los estudiantes para que adquieran conocimientos, mediante la planeación, el desarrollo de estrategias y la solución de problemas; estas actividades son presentadas mediante proyectos que son elaborados con **Tecnologías de la Información y la Comunicación**; generando habilidades en alumnado y docentes.

Por tanto, considero que el docente debe programar actividades encaminadas a conocer: el grado de maduración del alumno/a, sus conocimientos previos y sus actitudes ante el aprendizaje con el fin de conseguir enriquecerlos con nuevos conocimientos.

La diversidad del alumnado y la variedad de contenidos a impartir aconseja utilizar una amplia gama de **estrategias didácticas**, que combinen las de mayor peso expositivo con aquellas de indagación. El mayor o menor grado de ayuda pedagógica a prestar por el docente, dependerá en gran medida de los conocimientos previos que el alumno posea respecto al nuevo aprendizaje al que se va a enfrentar y del tipo de contenidos que se va a abordar.

El método de enseñanza a seguir será, en primer lugar, realizar una **actividad introductoria** que active en el alumnado las ideas previas con las que se pretende relacionar el nuevo conocimiento que se va exponer.

El siguiente paso será una **estrategia receptiva-significativa**, es decir, partiendo de la **exposición** del tema se planteará una dinámica de clase en la que el alumnado planteará sus dudas en base a aspectos concretos del tema.

En este clima participativo se formularán preguntas sondeo para comprobar la comprensión de los contenidos y a continuación se plantearán cuestiones a resolver como ejercicios de auto comprobación y ejercicios prácticos.

Se posibilitará que el alumnado realice **aprendizajes significativos** por sí solos, es decir, que sean capaces de aprender a aprender, al ser esta una de las capacidades básicas que debe tener el alumnado para enfrentarse a mercado laboral (necesidad de una continua adaptación a los cambios tecnológicos, a los cambios de funciones o a la inestabilidad en el empleo). Para desarrollar esta capacidad, se diseñaran actividades que la favorezcan

como la búsqueda autónoma de información o el análisis autónomo de documentación de forma individual o en grupo.

La acción educativa asegurará además, **aprendizajes funcionales**, así el aprendizaje toma vida propia y el alumnado pueda traducirlo a su propio lenguaje, utilizarlo en otras áreas y aprovechar lo aprendido en situaciones reales de su vida cotidiana para seguir aprendiendo.

Se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.

### 3. Resultados del aprendizaje.

Los resultados de aprendizaje del módulo han de ser los siguientes:

1. Obtener información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.
2. Determinar la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.
3. Elaborar un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.
4. Elaborar un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.
5. Planificar la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.
6. Gestionar la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.

7. Gestionar el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes.

8. Elaborar un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

Los resultados del aprendizaje que quedaron pendientes el curso 2019/2020, como consecuencia del confinamiento, se encuentran recogidos en el informe de Ras pendientes y se intentarán ver a lo largo de este curso integrándolos en estos resultados del aprendizajes.

El/la alumno/a con Ras específicos pendientes, se les realizarán planes individualizados para garantizar que superen dichos Ras.