

		UNIDADES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1	E V A L U A C I Ó N	UD. 1: La empresa	RA 1: Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.	<p>La empresa y el empresario o empresaria.</p> <p>La empresa. Concepto y elementos de la empresa.</p> <p>Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.</p> <p>Funciones básicas de la empresa. El organigrama.</p> <p>Características de las pymes.</p> <p>Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.</p>	<p>c) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.</p> <p>d) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y respecto al medioambiente.</p> <p>e) Se ha descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.</p>
		UD. 2: La forma jurídica de la empresa	RA 2: Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.	<p>La empresa individual.</p> <p>La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.</p> <p>Sociedades sin personalidad jurídica. Sociedades civiles y comunidades de bienes.</p> <p>Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.</p>	<p>a) Se ha identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, obligaciones formales y responsabilidades de los socios.</p> <p>b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.</p> <p>c) Se han seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios.</p> <p>d) Se ha determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.</p> <p>e) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.</p> <p>f) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.</p> <p>g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.</p> <p>h) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.</p>

				Constitución de la empresa. Requisitos y obligaciones formales.	
		UD 3: La iniciativa emprendedora y el plan de empresa	RA 1	La iniciativa, creatividad e innovación. El emprendedor y la cultura emprendedora.	a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social. b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.
		UD 3:	RA 3	El plan de empresa y elaboración.	e) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección. f) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos. h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio. i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas.
		UD 4: Creación de un pequeño comercio	RA 1	Creación de un pequeño comercio. Análisis del entorno. Análisis del mercado y el entorno comercial. Estudio del consumidor/clientela.	f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales. g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, proveedores/suministradores, intermediarios e intermediarias y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minoristas.
		UD 4	RA 3: Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.	Análisis DAFO Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. Definición de las características de la tienda. Definición de la oferta comercial o surtido de productos. Precios de venta de los productos. Lista de precios de venta al público.	a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compras que se van a comercializar, entre otras. b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente DAFO. c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras. d) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.
		UD 5: El plan de inversiones en el establecimiento comercial	RA 4: Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que requieren, su	Estructura económica y financiera de la empresa. Fuentes de financiación. Financiación a corto plazo. Financiación a largo plazo. Otras fuentes de financiación.	a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y de los productos y servicios que hay que prestar al cliente. b) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de coste, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.

		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.	Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución de empresas. Determinación de las necesidades de inversión para la apertura del comercio.	c) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario. d) Se ha valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas. e) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos. f) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuados, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad. g) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificando los organismos donde se tramitan.
	UD 5:	RA 5	Negociación de efectos comerciales	f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.
2 E V A L U A C I Ó N	UD 6: La gestión económica y la tesorería en el pequeño comercio	RA 5: Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo	Previsión de demanda. Previsión de ingresos y gastos. Elaboración de presupuestos. Cálculo del precio de venta. Cálculo del punto muerto. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad. Periodo medio de maduración	a) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que faciliten información económica del sector y de otros comercios similares. b) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes, entre otros. c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a los clientes, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientes y los usos y prácticas del sector. d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente. e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.
	UD 7: Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	RA7: Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal y los principios y normas del PGC para las pymes.	El sistema tributario español. Tributos y sus elementos característicos. Obligaciones fiscales del pequeño comercio.	f) Se han cumplimentado las declaraciones-liquidaciones periódicas del impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributario elegido. g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades)

		UD 8: Documentos de compraventa y cobro y pago	RA 6: Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivado de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.	<p>La factura.</p> <p>La factura simplificada.</p> <p>La factura electrónica.</p> <p>Modalidades de pago.</p> <p>Gestión de cobro y negociación de efectos.</p>	<p>a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos de comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica.</p> <p>b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios.</p> <p>c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.</p> <p>e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.</p> <p>f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.</p> <p>g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.</p>
		UD 9: La contabilidad en el establecimiento comercial	RA 7: Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes	<p>La contabilidad en la empresa.</p> <p>El patrimonio de la empresa.</p> <p>Las cuentas.</p> <p>Las cuentas anuales.</p> <p>Los libros contables y de registro.</p> <p>El ciclo contable</p> <p>Conceptos de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.</p>	<p>a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.</p> <p>b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.</p> <p>c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del PGC para pymes, utilizando la aplicación informática disponible.</p> <p>d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el PGC para las pymes.</p> <p>e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el PGC para las pymes.</p> <p>h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.</p>
		UD 10: La gestión de los recursos humanos	RA 5	<p>La Seguridad Social</p> <p>Inscripción, afiliación, altas y bajas a la Seguridad Social.</p> <p>La cotización a la Seguridad Social.</p> <p>El contrato de trabajo</p> <p>La retribución de los trabajadores</p> <p>Régimen de cotización de los trabajadores autónomos.</p>	<p>g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.</p>
		UD 11: La calidad del servicio al cliente	RA 8: Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con	<p>El consumidor.</p> <p>Características del servicio de calidad.</p> <p>Las normas de calidad del servicio.</p>	<p>a) Se han adoptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.</p> <p>b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.</p> <p>c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad.</p>

		atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.	Los servicios adicionales a la venta. Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente. El plan de gestión de incidencias. El plan de calidad en el pequeño comercio.	d) Se han fijado los horarios y calendarios de apertura de la tienda, los periodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor. e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV. f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.
3 E V A L U A C I Ó N				

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN
<p>Todos los criterios de evaluación tienen la misma ponderación dentro de cada Resultado de Aprendizaje.</p>	<p>Se proponen las siguientes medidas para la recuperación del alumnado con dificultades para obtener los resultados propuestos:</p> <p>El alumno/a que no haya alcanzado al menos un cinco sobre diez en la calificación de cada Resultado de Aprendizaje, según las ponderaciones establecidas, llevará a cabo una recuperación de las mismas que consistirá en una prueba personalizada, realización de trabajos y actividades que refuercen los contenidos objeto de la evaluación que no hayan sido aún superados. Este aspecto será determinado por el profesor o profesora en función de cada situación comunicándose al alumnado con la mayor brevedad posible una vez quede determinado el modo de recuperación.</p>
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	
Pruebas objetivas	
Trabajo diario de clase	

Trabajo de equipo	
Exposiciones de proyectos	