



Instituto Vasco del Conocimiento  
de la Formación Profesional  
Lanbide Heziketaren  
Ezagutzaren Euskal Institutua



COMERCIO Y  
MARKETING

Diseño Curricular Base

TÉCNICO SUPERIOR EN COMERCIO  
INTERNACIONAL



# ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO</b>	<b>Pag. 4</b>
<b>2.</b>	<b>PERFIL PROFESIONAL Y ENTORNO PROFESIONAL</b>	<b>Pag. 4</b>
2.1	Competencia general	
2.2	Relación de cualificaciones y unidades de competencia	
2.3	Entorno profesional	
<b>3.</b>	<b>ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO</b>	<b>Pag. 6</b>
3.1	Objetivos generales del ciclo formativo	
3.2	Relación de módulos profesionales, asignación horaria y curso de impartición	
3.3	Módulos profesionales	
1.	Transporte internacional de mercancías	
2.	Gestión económica y financiera de la empresa	
3.	Logística de almacenamiento	
4.	Gestión administrativa del comercio internacional	
5.	Sistema de información de mercados	
6.	<i>Marketing</i> internacional	
7.	Negociación internacional	
8.	Financiación internacional	
9.	Medios de pago internacionales	
10.	Comercio digital internacional	
11.	Inglés	
12.	Proyecto de Comercio Internacional	
13.	Formación y Orientación Laboral	
14.	Formación en Centros de Trabajo	
<b>4.</b>	<b>ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS</b>	<b>Pag. 148</b>
4.1	Espacios	
4.2	Equipamientos	
<b>5.</b>	<b>PROFESORADO</b>	<b>Pag. 149</b>
5.1	Especialidades del profesorado, y atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo	
<b>6.</b>	<b>CONVALIDACIONES ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES</b>	<b>Pag. 150</b>
<b>7.</b>	<b>RELACIONES DE TRAZABILIDAD Y CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES DEL TÍTULO Y UNIDADES DE COMPETENCIA</b>	<b>Pag. 151</b>
7.1	Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos para su convalidación o exención	
7.2	Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación	



# 1. IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

El título de Técnico Superior en Comercio Internacional queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Comercio Internacional.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Comercio y *Marketing*.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.
- Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1. Técnico Superior.

## 2. PERFIL PROFESIONAL Y ENTORNO PROFESIONAL

### 2.1 Competencia general

La competencia general de este título consiste en planificar y gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

### 2.2 Relación de Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título:

Cualificaciones Profesionales completas:

- a) Gestión administrativa y financiera del comercio internacional COM086\_3 (RD 295/2004, de 20 de febrero, y modificada en el Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
  - UC0242\_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.
  - UC0243\_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
  - UC0244\_3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.
  - UC1010\_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

Cualificaciones Profesionales incompletas:

- a) *Marketing* y compraventa internacional COM316\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
  - UC1007\_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
  - UC1008\_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del Plan de *Marketing* Internacional.
  - UC1009\_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios.
- b) Organización del transporte y la distribución COM317\_3 (RD 109/2008, de 1 de febrero), que comprende la siguiente unidad de competencia:



UC1013\_3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.

c) Organización y gestión de almacenes COM318\_3 (RD 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC1014\_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.

UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

d) Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM442\_3 (1550/2011, de 31 de octubre), que comprende la siguiente unidad de competencia:

UC1423\_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

## 2.3 Entorno profesional

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y, principalmente, del sector del comercio y *marketing* público y privado, realizando funciones de planificación, organización, gestión y asesoramiento de actividades de comercio internacional.

Se trata de personas trabajadoras por cuenta propia que gestionan su empresa, realizando actividades de comercio internacional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de comercio internacional dentro de los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de comercio internacional.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento exterior.
- Empresas intermediarias en el comercio internacional, como agencias transitarias, agencias comerciales, empresas consignatarias, agencias de aduanas y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Técnica o técnico en comercio exterior.
- Técnica o técnico de operaciones exteriores de entidades financieras y de seguros.
- Técnica o técnico en administración de comercio internacional.
- Asistentas o adjuntas, o asistentes o adjuntos de comercio internacional.
- Agente de comercio internacional.
- Técnica o técnico de *marketing* internacional.
- Técnica o técnico de *marketing* digital internacional.
- Técnica o técnico de venta internacional.
- Asistentas o asistentes al departamento de operaciones comerciales internacionales.
- Transitaria o transitario.
- Consignataria o consignatario de buques.
- Operadora u operador logístico.
- Jefa o jefe de almacén.
- Técnica o técnico en logística del transporte.
- Coordinadora o coordinador logístico.
- Técnica o técnico en logística inversa.



### 3. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

#### 3.1 Objetivos generales del ciclo formativo:

1. Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
2. Elaborar informes comerciales, aplicando técnicas estadísticas a la información disponible en un SIM, configurando dicho sistema de información de mercados y obteniendo y analizando la información necesaria para la toma de decisiones en la actividad comercial de la empresa en el exterior.
3. Elaborar y analizar las políticas de producto, precio, comunicación y distribución, seleccionando las más adecuadas para la toma de decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa de mercados exteriores.
4. Seleccionar la información de base o briefing de productos, analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el *Marketing Mix* internacional, para la elaboración de un Plan de *Marketing*.
5. Consultar bases de datos y publicaciones, y utilizar medios y sistemas de comunicación, valorando los diferentes factores de riesgo, para identificar y contactar con clientes o clientas y proveedores o proveedoras.
6. Participar en las diferentes fases que definen un acuerdo contractual de carácter internacional, realizando ofertas, identificando la normativa de contratación internacional y formalizando los documentos necesarios, para gestionar los contratos mercantiles internacionales.
7. Identificar la normativa aplicable, los organismos e instituciones competentes y los trámites y gestiones que se requieren para el tránsito internacional de mercancías, elaborando la documentación necesaria para realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación, e introducción y expedición de mercancías.
8. Obtener información, gestionar los trámites y cumplimentar la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de importación/exportación y proyectos internacionales, determinando y gestionando los riesgos y costes financieros asociados, para realizar la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
9. Interpretar la normativa, identificar los trámites y preparar la documentación necesaria para la financiación de proyectos, y para la participación en concursos y licitaciones internacionales.
10. Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de *stocks* aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías, aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.
11. Analizar y comparar los distintos modos de transporte, los costes, la protección física de la mercancía y la documentación de tránsito internacional, proponiendo alternativas y respetando la normativa que rige el envío de mercancías y el tránsito de viajeros, para realizar la planificación de rutas de larga distancia.
12. Identificar y determinar los documentos y los trámites necesarios, interpretando la legislación vigente, para gestionar los medios de cobro y pago, y las garantías y avales internacionales.



13. Gestionar en inglés las relaciones derivadas del comercio internacional, tanto con clientes y clientas como con proveedores y proveedoras, organismos públicos, banca nacional e internacional y con todos los operadores que intervienen en operaciones internacionales.
14. Emplear las herramientas más características de Internet y de otros sistemas digitales para dar a conocer la empresa internacionalmente, vender a través de tienda virtual y gestionar la facturación electrónica de las ventas internacionales realizadas.
15. Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
16. Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos, y en la organización del trabajo y de la vida personal.
17. Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito, y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
18. Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
19. Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
20. Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
21. Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
22. Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
23. Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
24. Reconocer sus derechos y deberes como agente activo o activa en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático o ciudadana democrática.

### 3.2 Relación de módulos profesionales, asignación horaria y curso de impartición:

MÓDULO PROFESIONAL	Asignación horaria	Curso
0622. Transporte internacional de mercancías	198	1º
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	198	1º
0625. Logística de almacenamiento	132	1º
0627. Gestión administrativa del comercio internacional	198	1º
0822. Sistema de información de mercados	80	2º
0823. <i>Marketing</i> internacional	140	2º
0824. Negociación internacional	100	2º
0825. Financiación internacional	100	2º
0826. Medios de pago internacionales	100	2º
0827. Comercio digital internacional	80	2º
0179. Inglés	165	1º
0828. Proyecto de Comercio Internacional	50	2º
0829. Formación y Orientación Laboral	99	1º
0830. Formación en Centros de Trabajo	360	2º
<b>Total ciclo</b>	<b>2.000</b>	

### 3.3 Módulos profesionales: presentación, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos y orientaciones metodológicas



## Módulo Profesional 1

### TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Transporte internacional de mercancías</b>
Código:	0622
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	198 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	12
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Asociado la unidad de competencia: UC1013_3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
Objetivos generales:	11 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina la conveniencia de los distintos modos y medios de transporte, evaluando las distintas alternativas.

Criterios de evaluación:

- Se han descrito los distintos modos de transporte.
- Se han interpretado las normas básicas que regulan las modalidades de transporte y clasificado sus variables analizando ventajas e inconvenientes.
- Se han determinado las distintas alternativas según la mercancía y los puntos de origen y destino.
- Se han reconocido las infraestructuras logísticas disponibles.
- Se han valorado los requerimientos y legislación específica aplicable a las mercancías peligrosas.
- Se han reconocido las funciones de los distintos profesionales que pueden intervenir en las expediciones internacionales.
- Se ha analizado la normativa legal aplicable según el modo de transporte y la operación.

2. Selecciona los distintos modos y medios de transporte y las rutas óptimas, analizando las distintas alternativas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido los elementos básicos de la geografía viaria, ferroviaria, marítima y aérea de los estados miembros de la Unión Europea.
- b) Se ha obtenido información sobre posibles proveedores y los servicios que prestan en función de las características de la operación y de los medios de transporte.
- c) Se han reconocido las áreas de cobertura de la ruta y los puntos operativos estratégicos.
- d) Se han valorado las rutas disponibles, los puntos de intercambio óptimos, las características del producto, destinación y condiciones de contrato para seleccionar la ruta adecuada.
- e) Se han analizado todos los componentes de costes, plazos de recogida y entrega de la mercancía, y riesgos para la selección de la ruta óptima.
- f) Se han considerado las posibilidades de consolidación y/o transbordo de la mercancía así como la fragilidad y/o peligrosidad de la mercancía.
- g) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de externalizar algunas o todas las fases del transporte.
- h) Se han definido indicadores de calidad que permitan valorar las decisiones tomadas y aplicar mejoras en futuras operaciones.
- i) Se ha valorado la apuesta por medios que contribuyan a políticas de conservación medioambientales.

### 3. Elabora y cumplimenta contratos de transporte, calculando los costes correspondientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito los contratos de transporte teniendo en cuenta los Incoterms y las obligaciones de cada una de las partes contratantes.
- b) Se ha seleccionado y formalizado el modelo de contrato del servicio de transporte.
- c) Se ha identificado la normativa, las técnicas y el sistema de tarifas aplicable a cada medio de transporte.
- d) Se han interpretado las cláusulas habituales y los componentes del coste del servicio de transporte terrestre, marítimo, aéreo y multimodal.
- e) Se ha calculado el coste de operaciones de transportes terrestres, ferroviarios, marítimos, aéreos y multimodales, con los medios informáticos adecuados.
- f) Se ha calculado el valor de la mercancía en un punto determinado de la ruta.
- g) Se han valorado los costes adicionales y riesgos que se pueden originar en función de mercancía, medio de transporte y ruta.
- h) Se han relacionado las incidencias producidas en las operaciones con las actuaciones posteriores para su subsanación.

### 4. Determina los elementos que garantizan la integridad y el tránsito de las mercancías, identificando las situaciones de riesgo habituales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la legislación específica vigente según el tipo de producto, mercancía peligrosa, perecedera, animales vivos o gran volumen.
- b) Se han seleccionado los medios de protección física, los embalajes y/o coberturas exteriores adecuadas a la mercancía, medio de transporte y posibles manipulaciones en los centros de carga.

- c) Se han descrito las condiciones de señalización, rotulación y etiquetado necesarias.
- d) Se han fijado las necesidades específicas para la estiba y colocación de mercancías, según su naturaleza y la cadena de transporte utilizada.
- e) Se ha valorado la importancia de dar instrucciones concretas y delimitado las competencias de los distintos agentes externos que intervendrán en las operaciones de transporte.

**5. Formaliza y gestiona la documentación de las operaciones de transporte internacional, analizando los requisitos exigidos en cada medio de transporte utilizado y mercancía enviada.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los documentos de porte y tránsito necesarios según productos, ruta y medios de transporte.
- b) Se ha determinado la tipología de permisos de circulación o navegación requeridos en las distintas modalidades de transporte y los trámites para la expedición y renovación de los mismos.
- c) Se han gestionado los permisos y autorizaciones previas necesarias.
- d) Se han verificado los importes, fechas y plazos de toda la documentación.
- e) Se han descrito los procesos de inspección de las operaciones de exportación, importación, expediciones intracomunitarias, adquisiciones intracomunitarias y de compra o venta domésticas.
- f) Se han asegurado las condiciones de seguimiento y trazabilidad de la mercancía.
- g) Se han seleccionado los soportes de registro y archivo, y el sistema de clasificación y mantenimiento más adecuado para la operativa de transporte internacional.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente.
- i) Se han aplicado, en la formalización y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

**6. Secuencia las fases habituales del transporte y las posibles incidencias, utilizando los sistemas de comunicación, gestión y supervisión adecuados en cada operación.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la importancia de la localización de la mercancía a lo largo del recorrido.
- b) Se han señalado los medios de seguimiento y supervisión de cada operación.
- c) Se han determinado los medios o aplicaciones de comunicación e información óptimos para cada operación, modo de transporte, ruta y destino.
- d) Se ha comprobado que las instrucciones dadas a los profesionales intervinientes, se ajustan al procedimiento establecido para cada operación y modo de transporte.
- e) Se han definido las actuaciones que se deben realizar en caso de siniestro o incidencia.
- f) Se han especificado los indicadores de calidad del servicio de transporte y las actuaciones en caso de desviaciones endógenas repetitivas.

**7. Tramita el seguro de las mercancías durante el transporte, ajustándose a la normativa vigente y a las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las características básicas de un contrato de seguro en el transporte internacional de mercancías y los elementos que lo constituyen.
- b) Se han identificado los riesgos más habituales en una operación de compraventa internacional de mercancías y las necesidades de cobertura, para garantizar la llegada de las mercancías a su destino en las debidas condiciones.
- c) Se han determinado los sistemas de protección jurídica de las mercancías y los tipos de pólizas de seguro más utilizadas en el comercio internacional, según la modalidad de transporte utilizado.
- d) Se han utilizado las cláusulas que habitualmente se incluyen en las pólizas de seguro.
- e) Se han establecido los procedimientos de contratación del seguro en las operaciones de comercio internacional.
- f) Se ha seleccionado la póliza de seguro más adecuada para cada operación de comercio internacional según sus condicionantes.
- g) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en caso de siniestro o incidencias surgidas en las operaciones de comercio internacional cubiertas con una póliza de seguro.
- h) Se ha obtenido información sobre las principales compañías de seguros que operan en el mercado, tramitando los riesgos a través de las herramientas informáticas de sus páginas web.

### c) Contenidos básicos:

1. MODOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los distintos tipos de transporte.</li> <li>- Interpretación de las normas básicas que regulan las modalidades de transporte y clasificación de sus variables, analizando ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Identificación de las distintas alternativas según la mercancía y los puntos de origen y destino.</li> <li>- Reconocimiento de las infraestructuras logísticas disponibles.</li> <li>- Valoración de los requerimientos y legislación específica aplicable a las mercancías peligrosas.</li> <li>- Reconocimiento de las funciones de los distintos profesionales que pueden intervenir en las expediciones internacionales: transitarios, consignatarios, corresponsales, agentes de aduanas, delegados u otros.</li> <li>- Identificación de la normativa legal aplicable según el modo de transporte y la operación.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte por carretera: características esenciales, tipología de vehículos. Marco normativo vigente y convenios internacionales.</li> <li>- Transporte ferroviario. Características técnicas, plataformas, unidades de carga, servicios. Redes de infraestructura. Marco normativo vigente y convenios internacionales.</li> <li>- Transporte marítimo: aspectos técnicos, línea regular, régimen de fletamento, tipos de buques, servicios y responsabilidades, unidades de carga. Marco normativo vigente, convenios y normativas internacionales.</li> <li>- Transporte fluvial. Servicios. Zonas navegables. Clasificación de naves. Marco normativo.</li> <li>- Transporte aéreo: unidades de carga, servicios, características, responsabilidades y aspectos técnicos. Sistema aeroportuario. Marco normativo: Ley de Navegación Aérea, convenios y protocolos. La IATA.</li> <li>- Variables del transporte. medio, requerimientos legales, mercancía, origen y destino, coste y tiempo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercancías peligrosas. Señalización de vehículos, documentación exigida. Marco normativo: Convenio ADR.</li> <li>- Normas UNE de la calidad de la gestión del transporte público.</li> <li>- Organismos públicos y empresas públicas del transporte.</li> <li>- Organismos no gubernamentales relacionados con el transporte internacional de mercancías.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> </ul>

## 2. SELECCIÓN DE LOS MODOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE Y DE LAS RUTAS ÓPTIMAS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento de las diferentes modalidades de transporte y sus posibles combinaciones.</li> <li>- Reconocimiento de los elementos básicos de la geografía viaria, ferroviaria, marítima y aérea de los estados miembros de la Unión Europea.</li> <li>- Obtención de información sobre posibles proveedores o proveedoras y los servicios que prestan en función de las características de la operación y de los medios de transporte.</li> <li>- Reconocimiento de las áreas de cobertura de la ruta y los puntos operativos estratégicos.</li> <li>- Valoración de las rutas disponibles, los puntos de intercambio óptimos, las características del producto, destinación y condiciones de contrato para seleccionar la ruta adecuada.</li> <li>- Análisis de todos los componentes de costes, plazos de recogida y entrega de la mercancía, y riesgos para la selección de la ruta óptima.</li> <li>- Consideración de las posibilidades de consolidación y/o transbordo de la mercancía, así como la fragilidad y/o peligrosidad de la mercancía.</li> <li>- Análisis de las ventajas e inconvenientes de externalizar algunas o todas las fases del transporte.</li> <li>- Definición de los indicadores de calidad que permitan valorar las decisiones tomadas y aplicar mejoras en futuras operaciones.</li> <li>- Consideración del valor que puede aportar la apuesta por medios que contribuyan a políticas de conservación medioambientales.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combinación de diferentes modos de transporte: puntos operativos y estratégicos, puntos de intercambio y coste de fricción. Tipología de empresas y servicios. Tipología de vehículos. Transporte multimodal: Características, sistemas y combinaciones. Contratación y responsabilidades. Marco normativo y convenios internacionales. El convenio de embarque FIATA.</li> <li>- Plataformas logísticas: Zonas de Actividades Logísticas (ZAL), zonas francas, puertos secos, Centros Integrales de Mercancías (CIM), almacenes de mercancías y depósitos de contenedores.</li> <li>- Puntos físicos de origen y destino: puertos y aeropuertos.</li> <li>- Terminales de carga y puntos de frontera.</li> <li>- Características de carga: carga completa y fraccionada, carga útil, densidad, riesgo, tiempo, exigencias de medio de transporte y de contrato de venta.</li> <li>- Operativa de carga: transbordo, tránsito y consolidación.</li> <li>- Planificación y distribución de cargas: estiba y desestiba. Relación peso/volumen de la mercancía.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de rutas:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección de rutas de transporte y alternativas.</li> <li>• Métodos de selección de rutas óptimas.</li> <li>• Evaluación de alternativas.                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Externalización (<i>outsourcing</i>).</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> </ul>

3. ELABORACIÓN Y CUMPLIMENTACIÓN DE CONTRATOS DE TRANSPORTE	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los contratos de transporte, teniendo en cuenta los Incoterms y las obligaciones de cada una de las partes contratantes.</li> <li>- Selección y formalización del modelo de contrato del servicio de transporte.</li> <li>- Identificación de la normativa, las técnicas y el sistema de tarifas aplicable a cada medio de transporte.</li> <li>- Interpretación de las cláusulas habituales y los componentes del coste del servicio de transporte terrestre, marítimo, aéreo y multimodal.</li> <li>- Cálculo del coste de operaciones de transportes terrestres, ferroviarios, marítimos, aéreos y multimodales, con los medios informáticos adecuados.</li> <li>- Cálculo del valor de la mercancía en un punto determinado de la ruta.</li> <li>- Valoración de los costes adicionales y riesgos que se pueden originar en función de la mercancía, medio de transporte y ruta.</li> <li>- Relación de las incidencias producidas en las operaciones y las actuaciones posteriores para su subsanación.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrato de transporte: aspectos generales. Elementos, objeto y naturaleza del contrato de transporte. Características del contrato de transporte. Modos de ejecución del contrato de transporte.</li> <li>- Clases de contrato según el medio de transporte utilizado.</li> <li>- Sistemas de responsabilidad. Transferencia de riesgos.</li> <li>- Daños resarcibles: clases de daños; evaluación de daños; extensión de los daños; limitación; seguros vinculados.</li> <li>- Los sujetos del contrato de transporte: cargador, expedidor, operador de transporte, transportista y destinatario. Definición y diferenciación entre las distintas figuras. Derechos y obligaciones de cada uno de ellos.</li> <li>- Agentes en el transporte internacional: agentes transitarios, agentes de aduanas, agentes marítimos, corredores marítimos (<i>Shipbroker</i>), corresponsales y delegados.</li> <li>- Técnicas y tarifas de transporte. Componentes.</li> <li>- Costes: cálculo y control. Costes fijos y costes variables. Tributos que afectan al transporte. Análisis de desviaciones.</li> <li>- Transferencia de riesgos. Cámara de Comercio Internacional (ICC).</li> <li>- Términos internacionales de comercio: finalidad y clasificación de los INCOTERMS.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Interés por la producción (exploración) de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del proceso.</li> </ul>
--	--

#### 4. ELEMENTOS QUE GARANTIZAN LA INTEGRIDAD Y EL TRÁNSITO DE LAS MERCANCÍAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de la legislación específica vigente según el tipo de producto, mercancía peligrosa, perecedera, animales vivos o gran volumen.</li> <li>- Selección de los medios de protección física, los embalajes y/o coberturas exteriores adecuadas a la mercancía, medio de transporte y posibles manipulaciones en los centros de carga.</li> <li>- Análisis de las condiciones de señalización, rotulación y etiquetado necesarias.</li> <li>- Valoración de las necesidades específicas para la estiba y colocación de mercancías, según su naturaleza y la cadena de transporte utilizada.</li> <li>- Valoración de la importancia de dar instrucciones concretas y dejar claras las competencias de los distintos agentes externos que intervendrán en las operaciones de transporte.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integridad física de mercancías. Unidades de transporte y embalajes.</li> <li>- Riesgos de la fase del transporte: averías, pérdidas o retrasos.</li> <li>- Protección física de mercancías y tipos de embalaje: homologación y normalización de los embalajes. Productos especiales, peligrosos, perecederos y animales vivos.</li> <li>- Contenedores: dimensiones, materiales, resistencia, identificación y clasificación.</li> <li>- Tipos de contenedores: aéreos y marítimos.</li> <li>- Pallets aéreos y marítimos.</li> <li>- Normativa sobre la consolidación y la compatibilidad de productos.</li> <li>- Manipulación y estiba de mercancías.</li> <li>- Marcas. Códigos de barras.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Interés por la producción (exploración) de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del proceso.</li> </ul>

#### 5. FORMALIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN DE LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los documentos de porte y tránsito necesarios, según productos, ruta y medios de transporte.</li> <li>- Identificación de la tipología de permisos de circulación o navegación requeridos en las distintas modalidades de transporte, y los trámites para la expedición y renovación de los mismos.</li> <li>- Gestión de los permisos y autorizaciones previas necesarias.</li> </ul>
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrastación de la coherencia de importes, fechas y plazos de toda la documentación.</li> <li>- Descripción de los procesos de inspección para llevar a cabo las operaciones de exportación, importación, expediciones intracomunitarias, adquisiciones intracomunitarias y de compra o venta domésticas.</li> <li>- Definición de las condiciones de seguimiento y trazabilidad de la mercancía.</li> <li>- Identificación de los soportes de registro y archivo, y el sistema de clasificación y mantenimiento más adecuado para la operativa de transporte internacional.</li> <li>- Respeto por los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente.</li> <li>- Aplicación, en la formalización y archivo de la documentación, de las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentación de operaciones de transporte según el modo elegido: conocimiento de embarque (<i>Bill of Lading -B/L-</i>), póliza de fletamento, carta de porte CMR, cuaderno TIR, carta de porte CIM, conocimiento aéreo AWB, conocimiento multimodal FIATA, cuaderno ATA.</li> <li>- Documentación de operaciones de transporte de mercancías especiales: declaración del cargador de mercancías peligrosas. programa C-TPAT (<i>Customs Trade Partnership Against Terrorism</i>), CIP (<i>Carrier Initiative Program</i>), SCIP (<i>Super Carrier Initiative Program</i>) o BASC (<i>Business Anti Smuggling Coalition</i>).</li> <li>- Organismos de inspección.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Interés por la producción (exploración) de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del proceso.</li> </ul>

## 6. SECUENCIACIÓN DE LAS FASES DEL TRANSPORTE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la importancia de la localización de la mercancía a lo largo del recorrido.</li> <li>- Valoración de los medios de seguimiento y supervisión de cada operación.</li> <li>- Determinación de los medios o aplicaciones de comunicación e información óptimos para cada operación, modo de transporte, ruta y destino.</li> <li>- Comprobación de que las instrucciones dadas a los y las profesionales intervinientes, se ajustan al procedimiento establecido para cada operación y modo de transporte.</li> <li>- Definición de las actuaciones a realizar en caso de siniestro o incidencia.</li> <li>- Especificación de los indicadores de calidad del servicio de transporte, y las actuaciones en caso de desviaciones endógenas repetitivas.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemas de información y comunicación. Sistemas de intercambio de información: fax, correo postal, correo electrónico, comunicación móvil, <i>Personal Digital Assistant (PDA)</i>, <i>Global Position System (GPS)</i>, Galileo, identificación por radiofrecuencia, intercambio electrónico de datos (EDI).</li> <li>- Puntos de verificación de la mercancía y trazabilidad.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variaciones producidas en la ruta.</li> <li>- Indicadores de calidad y medidas correctoras.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> </ul>

**7. TRAMITACIÓN DEL SEGURO DE LAS MERCANCÍAS DURANTE EL TRANSPORTE**

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción de las características básicas de un contrato de seguro en el transporte internacional de mercancías y los elementos que lo constituyen, analizando la normativa que lo regula.</li> <li>- Identificación de los riesgos más habituales en una operación de compraventa internacional de mercancías y las necesidades de cobertura, para garantizar la llegada de las mercancías a su destino en las debidas condiciones.</li> <li>- Identificación de los sistemas de protección jurídica de las mercancías y los tipos de pólizas de seguro más utilizadas en el comercio internacional, según la modalidad de transporte utilizado.</li> <li>- Análisis de las cláusulas que habitualmente se incluyen en las pólizas de seguro, interpretado las condiciones generales, particulares y especiales recogidas en el clausulado, y la cobertura de riesgos que de ellas se derivan.</li> <li>- Establecimiento de los procedimientos de contratación del seguro en una operación de comercio internacional.</li> <li>- Selección de la póliza de seguro más adecuada para una operación de comercio internacional según la modalidad de transporte utilizado, teniendo en cuenta las condiciones pactadas en el contrato de compraventa y las obligaciones derivadas del Incoterm acordado, analizando el grado de cobertura de la póliza y la valoración de la prima correspondiente.</li> <li>- Establecimiento del procedimiento a seguir en caso de siniestro o incidencias surgidas en una operación de comercio internacional cubierta con una póliza de seguros, interpretando el clausulado de la póliza e identificando los trámites a realizar, la documentación a presentar y los plazos de presentación de la declaración-liquidación de daños asegurados.</li> <li>- Identificación de las principales compañías de seguros que operan en el mercado, utilización de tratamientos de texto, bases de datos y acceso a sus páginas web para descargar las herramientas informáticas que permiten la tramitación y gestión integrada a distancia de los riesgos.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Protección jurídica de las mercancías. El seguro en el transporte internacional de mercancías. Marco legal.</li> <li>- El contrato de seguro. Características esenciales. Elementos personales, reales y formales.</li> <li>- Tipos de pólizas de seguro según la modalidad de transporte:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• El seguro en el transporte marítimo.</li> <li>• El seguro en el transporte terrestre.</li> <li>• El seguro en el transporte aéreo.</li> <li>• El seguro en el transporte multimodal.</li> </ul> </li> <li>- Identificación de los riesgos asegurables y necesidades de cobertura.</li> <li>- Selección de la póliza más adecuada en función de las condiciones del contrato de compraventa y los Incoterms.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procedimiento de gestión y contratación de la póliza. Documentación.</li> <li>- Actuación en caso de incidencia o siniestro: procedimiento de declaración y valoración-liquidación de daños asegurados.</li> <li>- Utilización de las herramientas informáticas para la gestión de seguros, tratamiento de textos, bases de datos y otros.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Interés por la producción (exploración) de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del proceso.</li> </ul>

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Los contenidos presentados están organizados en bloques de contenidos. Es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo, así como que no se ha de confundir “bloque de contenido” con “unidad didáctica”. Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional, y que se considera debe formar parte del alumno o la alumna.

En este módulo se han integrado, como contenidos conceptuales, los tratamientos de texto y las bases de datos como aplicaciones informáticas de carácter general, para su utilización como herramienta de trabajo en todos los módulos del ciclo. Esto hace que sea conveniente que las 66 horas primeras del curso se dediquen, en su totalidad, a la impartición de estas herramientas, continuando, posteriormente, con los contenidos restantes.

Se aconseja empezar con una unidad didáctica que ha de ser fundamentalmente de presentación. Se tratará de ubicar al alumno, como técnico de comercio internacional, en el ámbito en el que se desenvuelve, sus actividades y relaciones con otros módulos del ciclo. Asimismo, se pretende familiarizarle con las materias e instrumentos que va a utilizar.

Una vez realizada la presentación del módulo, y ubicado el alumnado en el ámbito del transporte internacional, parece conveniente secuenciar los contenidos en función de los modos de transporte (terrestre, marítimo, aéreo y multimodal), viendo, en cada uno de ellos, sus características, legislación, modos de operar, documentación, etc.

### 2) Aspectos metodológicos

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir un soporte para el desarrollo de los procedimientos. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo, como, identificación de las cargas con los distintos modos de transporte, precauciones a tener en cuenta en el transporte de



mercancías peligrosas, actividades desarrolladas por las agencias de comercialización, control de documentación, etc.

Gran parte de los procedimientos señalados se deben ubicar en supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del Centro, o en el estudio de casos cuyo grado de definición establecerá la complejidad de aquellos. El objetivo es implicar al alumno o la alumna en la toma de decisiones gradualmente más complejas, a medida que vaya adquiriendo nuevos conocimientos y se le pueda exigir una mayor responsabilidad.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura conceptual se aconseja realizarlo utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado, evitando, en lo posible, la utilización de métodos expositivos.

Para motivar al alumno o la alumna, se ubicarán en su ciudad o provincia las empresas más significativas en relación a este módulo, visitando algunas de ellas y describiendo su funcionamiento general. Será conveniente contemplar actividades que consoliden la motivación y el interés del alumnado, como realización de debates sobre actividades más importantes, perfil profesional, o incorporación al mundo laboral.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Este módulo profesional contiene la formación necesaria para situar al alumno en el contexto del subsector del transporte internacional de mercancías, desempeñando las siguientes funciones:
  - Planificación de rutas de larga distancia y rutas de reparto.
  - Minimización de tiempos y recorridos de transporte internacional de mercancías.
  - Contratación del transporte internacional de mercancías.
  - Protección física y jurídica de mercancías.
  - Gestión administrativa que garantice el tránsito nacional e internacional de mercancías.
- ✓ Este módulo incluye aspectos como:
  - Programación de rutas de transporte internacional de mercancías.
  - Contratación de transportes internacionales de mercancías en distintos modos y medios.
  - Cálculo de costes del transporte internacional de mercancías.
  - Medios de protección física y jurídica del transporte internacional de mercancías.
  - Gestión de la documentación relativa al transporte.
  - Seguimiento de las mercancías en las distintas fases del transporte.
- ✓ Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:
  - Utilización de aplicaciones informáticas de carácter general y específico del sector.
  - Utilización de nuevas tecnologías de la información, la comunicación y de localización y seguimiento de flotas y mercancías.
  - Herramientas de gestión de incidencias y reclamaciones.
  - Optimización de recursos humanos y materiales.
  - Mejora de las actitudes profesionales y personales de los futuros profesionales del sector.

## Módulo Profesional 2

### GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Gestión económica y financiera de la empresa</b>
Código:	0623
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	198 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	12
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1423_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.
Objetivos generales:	1 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 21 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- Se ha evaluado el concepto de “cultura emprendedora” y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Se han descrito, individualmente, las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto, como un sistema integral.
- Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.
- Se han evaluado los conceptos de “cultura empresarial” e “imagen corporativa”, y su relación con los objetivos empresariales.
- Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una PYME.

2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas.
- 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.
- c) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa.
- d) Se ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
- e) Se han determinado los trámites jurídicos y administrativos que se deben realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.
- f) Se han determinado los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y capacitación profesional, en su caso, que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.
- g) Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- h) Se han analizado las funciones de los sindicatos, comités de empresa, representantes de personal, inspectores de trabajo y otras instituciones sociales que intervienen en el sector correspondiente.
- i) Se han analizado las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos y el procedimiento de concurso de acreedores en casos de insolvencia, así como la responsabilidad del empresario o de la empresaria.

**3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
- b) Se ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- c) Se ha analizado información sobre el procedimiento, los requisitos, garantías, y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
- d) Se han calculado los costes y analizado los requisitos y garantías exigidos, en las operaciones de *leasing* y *renting*, para la compra de vehículos y otros inmovilizados.
- e) Se han diferenciado los conceptos de "interés nominal" e "interés efectivo" y la Tasa Anual Equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).
- f) Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo mediante los sistemas de amortización más utilizados.
- g) Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
- h) Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.
- i) Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.

**4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros, y los recursos financieros necesarios.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria, y otros activos y los suministros necesarios en las empresas.
- b) Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados, necesarios para el ejercicio de la actividad.
- c) Se han identificado las variables de un Plan de Inversión, diferenciando la financiación propia y ajena, y la recuperación de las inversiones a corto y a largo plazo.
- d) Se han determinado las necesidades de suministros y servicios de mantenimiento y repuestos, así como los costes que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.
- e) Se han evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.
- f) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano, y de alquiler de vehículos y otros activos.
- g) Se ha contactado vía *online* y *offline* con diferentes proveedores o proveedoras, y suministradores potenciales, y se ha solicitado la presentación de ofertas y presupuestos de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- h) Se han evaluado las diferentes alternativas para la adquisición y renovación de vehículos, maquinaria e instalaciones, a partir del análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de pago.

**5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las normas mercantiles y fiscales y los usos del comercio que regulan la facturación de productos y/o servicios incluyendo la facturación electrónica.
- b) Se han identificado los impuestos que gravan los servicios de transporte y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.
- c) Se han interpretado los aspectos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios nacionales e internacionales.
- d) Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
- e) Se han analizado las características, costes de gestión de cobro y negociación, y riesgos de los diferentes medios de pago o cobro.
- f) Se han gestionado los impagos de clientes o clientas, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.
- g) Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.

**6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente, y los principios y normas del Plan General Contable.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.
- b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- c) Se han registrado las operaciones realizadas y se ha calculado el resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.

- d) Se ha determinado la amortización de los vehículos y demás elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan general Contable.
- e) Se han elaborado las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las PYMES.
- f) Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- g) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del impuesto de circulación de los vehículos interpretando la normativa que lo regula.
- h) Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que se han de pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.
- i) Se han determinado las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa: IRPF e Impuesto de Sociedades.
- j) Se ha utilizado una aplicación informática de contabilidad.

7. Determina la rentabilidad de las inversiones, y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos e información contable disponible.

Criterios de evaluación:

- a) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros para una gestión eficaz de la empresa.
- b) Se han valorado las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.
- c) Se han aplicado los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones: Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), Valor Actual Neto (VAN) y tasa de retorno.
- d) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- e) Se han calculado los flujos de tesorería o *cash-flow* y el período medio de maduración.
- f) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- g) Se han calculado los principales ratios y los indicadores financieros para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- h) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

### c) Contenidos básicos:

#### 1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS Y OPORTUNIDADES DE CREACIÓN DE EMPRESAS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis del concepto de “cultura emprendedora” y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.</li> <li>- Valoración de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.</li> <li>- Identificación de las funciones básicas de la empresa y análisis de todas en conjunto como un sistema integral.</li> <li>- Identificación de los componentes del entorno que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.</li> <li>- Análisis de los conceptos de “cultura empresarial” e “imagen corporativa”, y su relación con los objetivos empresariales.</li> <li>- Análisis del fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su</li> </ul>
------------------------	--



	<p>importancia como elemento de estrategia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de prácticas que incorporan valores éticos y sociales.</li> <li>- Elaboración de un estudio de viabilidad económica y financiera de una PYME.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Empresa: la idea de negocio.</li> <li>- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.</li> <li>- Funciones básicas de la empresa.</li> <li>- La empresa como sistema.</li> <li>- Entorno general y específico de una PYME.</li> <li>- Relaciones de la PYME con su entorno.</li> <li>- Relaciones de la PYME con el conjunto de la sociedad.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la tarea profesional y curiosidad por descubrir la evolución de esta actividad como parte esencial en el proceso tecnológico en el que está inscrita.</li> <li>- Valoración positiva de las iniciativas (o aportaciones) que nos presentan.</li> <li>- Valoración del orden y limpieza, y de una actitud ordenada y metódica, durante la realización de las tareas, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> </ul>

## 2. ESTABLECIMIENTO DE LA FORMA JURÍDICA DE UNA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las distintas formas jurídicas de empresas de transporte y logística.</li> <li>- Determinación de los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.</li> <li>- Identificación de las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de empresas de transporte de viajeros y de transporte de mercancías y logística.</li> <li>- Selección, a partir de un estudio comparativo, de la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.</li> <li>- Determinación de los trámites jurídicos y administrativos a realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.</li> <li>- Identificación de los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y capacitación profesional que se requieren para la puesta en marcha de una empresa de transporte por carretera.</li> <li>- Identificación de las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa en el ámbito del transporte y la logística.</li> <li>- Análisis de las funciones de los sindicatos, comités de empresa, representantes de personal, inspectores de trabajo y otras instituciones sociales que intervienen en el sector del transporte.</li> <li>- Análisis de las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos y el procedimiento de “concurso de acreedores” en casos de insolvencia, así como la responsabilidad del empresario o de la empresaria.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La empresa y el empresario o la empresaria.</li> <li>- Tipos de empresas.</li> <li>- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociedades civiles y comunidades de bienes.</li> <li>- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.</li> <li>- Sociedad anónima, sociedad limitada y otras.</li> <li>- Sociedades laborales: anónima y limitada.</li> <li>- Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte.</li> <li>- Organismos e instituciones con competencias en el ámbito del transporte.</li> <li>- Constitución y puesta en marcha de una empresa de transporte por carretera: requisitos, obligaciones formales y trámites a realizar (licencias y autorizaciones).</li> <li>- Constitución y puesta en marcha de una empresa de servicios logísticos.</li> <li>- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de empresas de transporte por carretera y/o de logística.</li> <li>- Obligaciones fiscales y laborales de una empresa de transporte y/ o de logística.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la tarea profesional y curiosidad por descubrir la evolución de esta actividad como parte esencial en el proceso tecnológico en el que está inscrita.</li> <li>- Valoración positiva de las iniciativas (o aportaciones) que nos presentan.</li> <li>- Valoración del orden y limpieza, y de una actitud ordenada y metódica, durante la realización de las tareas, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> </ul>

### 3. ORGANIZACIÓN DE LOS TRÁMITES PARA LA OBTENCIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos en el ámbito del transporte y la logística.</li> <li>- Identificación de los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones, en empresas de transporte/logística.</li> <li>- Análisis del procedimiento, los requisitos, garantías, y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.</li> <li>- Análisis de los costes, requisitos y garantías exigidos, en las operaciones de <i>leasing</i> y <i>renting</i>, para la compra de vehículos y otros inmovilizados.</li> <li>- Diferenciación de los conceptos de “interés nominal” e “interés efectivo” y la Tasa Anual Equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).</li> <li>- Cálculo de los costes y las cuotas de amortización de un préstamo mediante los sistemas de amortización más utilizados.</li> <li>- Evaluación de las diferentes alternativas financieras para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos, y selección de la más ventajosa para la empresa, en función de los costes financieros, el nivel de riesgo y las garantías exigidas por las entidades financieras.</li> <li>- Análisis del procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.</li> <li>- Uso de hojas de cálculo para gestionar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inversión y financiación: estructura económica y estructura financiera</li> </ul>

	<p>de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidades de inversión en una empresa de transporte y/o de logística.</li> <li>- Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.</li> <li>- Subvenciones oficiales y ayudas financieras en la actividad del transporte y la logística.</li> <li>- Financiación a largo plazo. Productos financieros en el ámbito del transporte y la logística: préstamos y empréstitos, <i>leasing</i> y <i>renting</i>, otras formas de financiación.</li> <li>- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y <i>factoring</i>.</li> <li>- Manejo de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de los costes financieros y la amortización de préstamos y otros productos financieros.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración positiva de las iniciativas (o aportaciones) que nos presentan.</li> <li>- Valoración del orden y limpieza, y de una actitud ordenada y metódica, durante la realización de las tareas, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> <li>- Disposición al uso e introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el desempeño de estas tareas, y discreción y confidencialidad en el manejo de la información.</li> </ul>

#### 4. FORMALIDADES PARA LA COMPRA Y/O ALQUILER DE VEHÍCULOS Y OTROS ACTIVOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria y otros activos, y los suministros necesarios en empresas de transporte de viajeros, de mercancías y/o logística.</li> <li>- Análisis de las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.</li> <li>- Identificación de las variables de un Plan de Inversión, diferenciación de la financiación propia y ajena, y la recuperación de las inversiones a corto y a largo plazo.</li> <li>- Determinación de las necesidades de suministro de carburantes, servicios de mantenimiento y repuestos de los vehículos, así como los costes que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.</li> <li>- Evaluación de los diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos, calculando el VAN y el TIR, para seleccionar el más conveniente.</li> <li>- Análisis de las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano, y de alquiler de vehículos, para cubrir las necesidades de la empresa.</li> <li>- Contacto vía <i>online</i> y <i>offline</i> con diferentes proveedores o proveedoras y suministradores o suministradoras potenciales, y demanda de presentación de ofertas y presupuestos de acuerdo con las especificaciones recibidas.</li> <li>- Evaluación de las diferentes alternativas para la adquisición y renovación de vehículos, maquinaria e instalaciones, a partir del análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de</li> </ul>
-----------------	---

	pago.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión.</li> <li>- Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros en una empresa de transporte por carretera, teniendo en cuenta el tipo y capacidad del servicio y las rutas a realizar.</li> <li>- Análisis y selección de inversiones. Decisión de compra o alquiler de vehículos y otros inmovilizados.</li> <li>- Búsqueda de proveedores o proveedoras y suministradores o suministradoras, y solicitud de ofertas y presupuestos.</li> <li>- Presupuestos y condiciones de compra y de alquiler: cantidad, calidad, precio, descuentos, plazos de entrega, impuestos, condiciones de pago y financiación.</li> <li>- Elaboración de documentos relativos a las compras y alquiler de vehículos y otros equipamientos, utilizando las herramientas informáticas adecuadas: elaboración de contratos y formulación de pedidos.</li> <li>- Creación y mantenimiento de bases de datos de proveedores o proveedoras y suministradores o suministradoras: fichero maestro de proveedores y proveedoras, altas y bajas, introducción y actualización de datos.</li> <li>- Utilización de una aplicación informática de gestión de compras.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración del orden y limpieza, y de una actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> <li>- Búsqueda de información relevante, comparable y en continua adaptación a las circunstancias cambiantes, y valoración crítica de las fuentes y medios utilizados.</li> </ul>

## 5. FACTURACIÓN Y GESTIÓN DE COBROS Y PAGOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación de las normas mercantiles y fiscales, y los usos del comercio que regulan la facturación de los servicios de transporte y de logística.</li> <li>- Interpretación de la normativa y los requerimientos de emisión y recepción de facturas electrónicas, y análisis de las ventajas y beneficios que reporta la facturación electrónica.</li> <li>- Identificación de los impuestos que gravan los servicios de transporte de viajeros y de transporte de mercancías y logística, y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.</li> <li>- Interpretación de los aspectos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) aplicables al transporte y la logística, y las obligaciones establecidas para la facturación de servicios internacionales (intracomunitarios y extracomunitarios).</li> <li>- Facturación de las operaciones de transporte y/o logística, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.</li> <li>- Análisis de las características, costes de gestión de cobro y negociación y riesgos de los diferentes medios de pago o cobro: cheques, transferencias bancarias, recibos normalizados, letras de cambio y pagarés.</li> <li>- Gestión de los impagados de clientes o clientas, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.</li> <li>- Supervisión de las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas, de acuerdo con las condiciones estipuladas, el tipo de cambio, las comisiones y documentación acordada.</li> </ul>
-----------------	--

<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de presupuestos.</li> <li>- Facturación de servicios y devengo de facturas: características y requisitos legales, modelos y tipos de facturas, cumplimentación y expedición de facturas.</li> <li>- Conservación y registro de facturas de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal.</li> <li>- Fiscalidad de las operaciones de transporte y logística: Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y otros tributos relativos al transporte por carretera.</li> <li>- Operaciones intracomunitarias: características y facturación de los servicios.</li> <li>- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, entre otros.</li> <li>- Creación y mantenimiento de bases de datos de la clientela: fichero maestro de clientes y clientas, altas y bajas de clientes y clientas, introducción y actualización de datos.</li> <li>- Manejo de una aplicación informática de facturación.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por la aplicación de criterios de calidad y valoración positiva del trabajo bien hecho con un cumplimiento eficiente de las tareas previstas.</li> <li>- Participación y disposición al trabajo en equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> </ul>

## 6. GESTIÓN DEL PROCESO CONTABLE Y FISCAL EN LAS EMPRESAS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferenciación de las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.</li> <li>- Diferenciación de los conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro, registro de las operaciones realizadas y cálculo del resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.</li> <li>- Determinación de la amortización de los vehículos y demás elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable.</li> <li>- Elaboración de las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las PYMES, diferenciando las principales partidas de la cuenta de resultados e interpretación del significado del saldo de esta cuenta (beneficios antes y después de impuestos).</li> <li>- Identificación de las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), elaborando la documentación necesaria para la autoliquidación trimestral y anual del impuesto.</li> <li>- Establecimiento de las gestiones que se han de realizar para la liquidación del impuesto de circulación de los vehículos, interpretando la normativa que lo regula.</li> <li>- Identificación de los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso a pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.</li> <li>- Determinación de las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa: IRPF e Impuesto de Sociedades.</li> <li>- Uso de una aplicación informática de contabilidad.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.</li> <li>- Las cuentas. Terminología y estructura y tipos.</li> <li>- Los libros contables y de registro.</li> <li>- El Plan General Contable para las PYMES</li> <li>- El Ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones y ajustes, cálculo del resultado y cierre del ejercicio.</li> <li>- Las cuentas anuales: cuenta de pérdidas y ganancias, balance de situación, estado de cambios en el patrimonio neto y memoria.</li> <li>- El resultado del ejercicio.</li> <li>- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).</li> <li>- El Impuesto de Sociedades.</li> <li>- El Impuesto sobre el Valor Añadido.</li> <li>- El Impuesto de Circulación de Vehículos.</li> <li>- Los impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras</li> <li>- Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y elaboración de las cuentas anuales.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por la aplicación de criterios de calidad y valoración positiva del trabajo bien hecho, con un cumplimiento eficiente de las tareas previstas.</li> <li>- Participación y disposición al trabajo en equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> </ul>

## 7. DETERMINACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS INVERSIONES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros, para una gestión eficaz de la empresa.</li> <li>- Valoración de las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.</li> <li>- Aplicación de los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones: Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), Valor Actual Neto (VAN) y tasa de retorno.</li> <li>- Evaluación de la flota de vehículos y cálculo del valor de adquisición, la vida útil, el valor actual, el valor de reposición y el valor residual.</li> <li>- Determinación de los flujos de tesorería o <i>cash-flow</i> y el período medio de maduración o tiempo que se tarda en recuperar el dinero invertido.</li> <li>- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.</li> <li>- Análisis de los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados y cálculo de los principales ratios e indicadores financieros.</li> <li>- Uso de hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y el cálculo de la rentabilidad de la empresa.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación y análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa, aplicable a la gestión empresarial.</li> <li>- El punto muerto o umbral de rentabilidad.</li> <li>- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.</li> <li>- Período medio de maduración.</li> <li>- Análisis e interpretación de los resultados.</li> <li>- Análisis de estados financieros de la empresa.</li> <li>- Principales ratios financieros</li> <li>- Análisis económico. Ratios de rentabilidad y eficiencia.</li> <li>- Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios, y análisis económico-financiero de la empresa.</li> </ul>

<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración positiva de las iniciativas (o aportaciones) que nos presentan.</li> <li>- Valoración del orden y limpieza, y de una actitud ordenada y metódica, durante la realización de las tareas, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.</li> </ul>
----------------------	--

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Con este módulo de Gestión económica y financiera de la empresa de transporte y logística se pretende que el alumnado de este ciclo formativo alcance una comprensión de los procesos contables y financieros, y de los soportes contables utilizados en la empresa.

En la secuenciación de los distintos bloques de contenidos parece apropiado seguir el mismo orden en el que aparecen en el apartado de contenidos. A modo de resumen esquemático, la secuenciación de contenidos que se propone es la siguiente:

1. Realizar el Plan de Empresa previo a convertir la idea de negocio en una realidad empresarial y, en muchos casos, como puerta de acceso a solicitudes de financiación o a subvenciones.
  - a. Identificar y mantener actualizada todas las fuentes de información vitales (agentes del sector, competencia, bases de datos, cámaras de comercio, revistas especializadas...) para la toma de decisiones (inversiones, líneas, equipamientos...)
  - b. Orientar la actividad de la organización, para dotarla de un sistema de gestión, definiendo los principales procesos operativos.
  - c. Identificar y desarrollar los principales apartados del Plan: Líneas de negocio, necesidades que cubre, segmento de mercado, ventajas competitivas, tecnología a utilizar, valor que percibe la clientela.
2. Establecer la forma jurídica de la empresa y sus responsabilidades:
  - a. Estudiar las características básicas de las empresas civiles y mercantiles.
  - b. Organismos que intervienen en la creación de las empresas.
  - c. Trámites y formalidades legales.
3. Analizar los recursos financieros, las inversiones y determinar las formalidades para la compra o alquiler:
  - a. Estructuras económicas y financieras de la empresa, que vienen recogidas en el Balance, con especial hincapié a la parte financiera.
  - b. Las partes en que se divide el área financiera.
  - c. La diferencia entre la financiación a largo con la de corto plazo.
  - d. Determinar las necesidades de inversiones, que van unidas a las de financiación vistas en el apartado 2, "Analizar los recursos financieros",
  - e. La decisión de compra o alquiler, con sus variantes, condicionada a la necesidad del valor añadido que hay que ofrecer.

- f. Elaboración de los documentos necesarios para hacer reales tanto las financiaciones como las inversiones
4. Analizar el corto plazo, con los cobros y los pagos :
    - a. Todos los requisitos que deben tenerse en cuenta, para que la factura se pueda dar por correctamente rellena.
    - b. Los impuestos que acompañan a las facturas, y en concreto el de IVA, tanto a nivel de operación nacional como intracomunitaria, y con un tercer país.
    - c. Lo mismo indicado para las facturas, trasladarlo a los documentos más usuales de cobro y pago.
    - d. Recuperación de I.V.A.
  5. Analizar el proceso contable relacionado con el Plan General de Contabilidad y los métodos de contabilización diferentes al Plan General:
    - a. Los métodos de contabilidad aceptados por Hacienda, en base al cálculo de la Base Imponible.
    - b. Las obligaciones contables o libros contables a rellenar en función del método de contabilidad elegido.
    - c. El ciclo contable, con una breve explicación por cada libro contable.
    - d. Los impuestos inherentes al sector del transporte y/o logística, de ámbito local o provincial.
  6. Analizar la rentabilidad de las inversiones, buscando sus equilibrios y los riesgos que se asumen:
    - a. La búsqueda de los equilibrios del Balance.
    - b. La búsqueda de las partes de la Cuenta de Resultados y su construcción en orden descendente de la creación del valor añadido.
    - c. Ratios, punto muerto, período medio de maduración, que permiten situar la situación de la empresa.

Las cuentas anuales permiten formular preguntas acerca de algunos de los temas que más están de actualidad, y más van a preocupar en el futuro, como son:

- Seguridad y medio ambiente.
- Protección laboral.

## 2) Aspectos metodológicos

Desde el punto de vista metodológico resulta conveniente que el alumno o la alumna comprenda estos tres aspectos:

- Por un lado, los requisitos oficiales exigidos por las autoridades nacionales e internacionales necesarias para el ejercicio de la profesión en las empresas de transporte y logística de mercancías y/o viajeros.
- Por otro lado, la responsabilidad en la empresa, que depende de su régimen jurídico.
- Por último, la contabilidad como elemento evaluador de la situación de la empresa.

Con esta orientación al inicio, será importante hacer referencia al estudio exhaustivo de los requisitos oficiales exigidos por las autoridades.

A continuación, sería importante hacer ver al alumnado la importancia del Registro Mercantil, como organismo público que recoge la información que toda empresa, con un mínimo de entidad, debe hacer pública para corregir la situación de competencia imperfecta en que se mueven las empresas de transporte y de logística.

Finalmente, llevar a cabo el proceso contable de la empresa como instrumento evaluador y definitorio de su responsabilidad, ya que el objetivo debe ser capacitar al alumnado para desarrollar un proceso de gestión contable en una empresa de transporte.

Para el desarrollo de este módulo se aconseja basarse en supuestos reales, contando para ello con el Registro Mercantil como soporte oficial de las cuentas de las empresas.

Con la ayuda de este soporte se puede llevar a cabo como práctica educativa la creación de empresas dentro del grupo-clase, desarrollando todas sus actividades hasta su análisis final, para comprender los equilibrios que debe tener toda gestión eficaz y basada en la imagen fiel de la empresa.

En cualquier caso, en este módulo, la teoría y la práctica van muy unidas, y la utilización de casos reales (como los recogidos del Registro Mercantil) de empresas del sector, son la clave para conseguir la lógica curiosidad por parte del alumnado, que le ha de llevar a hacerse preguntas, que hagan el aprendizaje interactivo. La participación activa del alumnado adquiere un gran peso. Pero, esta participación debe enmarcarse en una metodología grupal. Es decir, es el grupo el que actúa y se relaciona con los demás grupos.

Este módulo ayuda al alumnado a la toma de decisiones basadas en datos reales, aunque ello pueda llevar a una frustración por parte del alumnado, ante la avalancha de números. Esta situación puede ser utilizada por el profesorado para ayudar al alumnado a enfrentarse a las mismas.

En todo momento se debe evitar el enfoque memorístico, buscando un aprendizaje basado en la información, que debe ser relevante, para que permita al alumnado hacer juicios con una buena base: por ejemplo, puede ser adecuada la realización de cuadros que recojan lo necesario para poder entender la complejidad contable.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

Parece conveniente resaltar las siguientes actividades:

- ✓ Describir las cuentas anuales recogidas del Registro Mercantil que están organizadas en documentos contables y cuyo listado común sería:
  - Identificación de los documentos contables depositados.
  - Certificación de acuerdo.
  - Cuentas anuales:
    - Balance.
    - Pérdidas y ganancias.
    - Estado de cambios patrimonio neto.
    - Estado de flujos de efectivo.
    - Memoria.
    - Informe de Auditoría.
    - Informe de Gestión.
    - Informe de autocartera.
    - Informe medioambiental.

De entre ellas convendría destacar el Balance, Pérdidas y ganancias y Memoria de las Cuentas Anuales.

- ✓ Conocer la documentación básica:
  - Analizando las diferentes normativas necesarias en sus aspectos concretos:
    - En los regímenes jurídicos: la responsabilidad, siglas, capital mínimo, número de socios, fiscalidad directa, hechos subvencionables y organismos.
    - En la creación: organismos, costes aproximados, utilización de Internet como en el caso de la SLNE.
    - En los sistemas de llevanza de la contabilidad: las clases de estimación, actividades de cada una y las obligaciones contables y registrales, con un ejemplo.
  - Utilizando un observatorio de costes: el del Gobierno Vasco (OTEUS), Fomento, Generalitat u otros.
  - Calculando los ratios básicos: disponibilidad, tesorería, solvencia, endeudamiento, rentabilidad y alguno más.

En cuanto a los aspectos más sobresalientes para la evaluación, en cada uno de los bloques sería los siguientes:

- ✓ Recopilación de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas:
  - Realización del Plan de Empresa.
  - Análisis de las posibles fuentes de financiación y de posibles subvenciones que anualmente convocan las comunidades en el ámbito de creación de empresas y mejora de competitividad.
  - Definir claramente los procesos operativos de la futura empresa.
- ✓ Establecimiento de la forma jurídica de la empresa de transporte y/o de logística:
  - Elaboración de un cuadro de las responsabilidades jurídicas y obligaciones formales, según el tipo de empresa de transporte y la logística.
  - Diseño de actividades de evaluación que favorezcan la elección de la forma jurídica, en base a un estudio comparativo de costes, responsabilidad y obligaciones jurídicas.
- ✓ Caracterización de la gestión para la obtención de recursos financieros:
  - Uso de las cuentas anuales de empresas del sector, para identificar los instrumentos financieros y de crédito más habituales, en la financiación de las inversiones de las empresas de transporte y de logística.
  - Elaboración de cuadros que permitan la identificación de los costes, requisitos y garantías de las operaciones de compra de inmovilizados, *leasing* y *renting*, así como, los intereses y Tasa Anual Equivalente (TAE).
- ✓ Determinación de las formalidades para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos:
  - Diseño de actividades de evaluación que favorezcan la comprensión de las inversiones que exigen las necesidades de suministro y servicios que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.
  - Diseño de actividades de análisis de ofertas y presupuesto con diferentes suministradores, que favorezcan el análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de pago.
- ✓ Facturación y gestión de cobros y pagos en la actividad del transporte y la logística:
  - Utilización de datos de observatorios de costes para la identificación de los impuestos que gravan los servicios de transporte y logística, y los tipos aplicables en cada caso.



- Elaboración de un cuadro que permita interpretar los aspectos sobre el IVA aplicables al sector, y las obligaciones para la facturación de servicios internacionales.
- ✓ Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas de transporte y de logística:
  - Búsqueda en la normativa fiscal vigente del tiempo de duración fiscal de los inmovilizados y elaboración de un cuadro comparativo entre los cálculos de la amortización de acuerdo a la normativa fiscal vigente y al Plan General de Contabilidad.
  - Elaboración de unas cuentas anuales de Balance y Resultados abreviados, interpretando el significado del saldo de las cuentas (dando una importancia especial a la diferencia final entre los beneficios antes y después de impuestos).
  - Interpretación de la cuenta de resultados, como construcción del valor añadido por la empresa, elaborando la documentación que permita entender el proceso de autoliquidación trimestral y anual del impuesto (IVA).
- ✓ Determinación de la rentabilidad de las inversiones:
  - Análisis de balances en su interpretación más sencilla, para valorar la información contable recogida en las cuentas anuales y percibir una gestión eficaz de la empresa.
  - Cálculo de ratios de rentabilidad y su desdoblamiento, que permiten la evaluación de las rentabilidades de las inversiones y otros activos.

## Módulo Profesional 3

### LOGÍSTICA DE ALMACENAMIENTO

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Logística de almacenamiento</b>
Código:	0625
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	132 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	7
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Asociado a las unidades de competencia: UC1014_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos. UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
Objetivos generales:	10 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Relaciona la normativa específica del almacenaje, reconociendo las normas de contratación y de tratamiento de mercancías especiales.

Criterios de evaluación:

- Se han analizado las normas que reglamentan las actividades de almacenaje y distribución.
- Se ha aplicado la normativa en la cumplimentación del contrato de depósito.
- Se han caracterizado las normas nacionales e internacionales sobre el almacenaje de productos.
- Se han analizado los aspectos que caracterizan: un depósito aduanero, zona y depósito franco y local autorizado, entre otros.
- Se han definido las formalidades y trámites que deben realizarse en un almacén.
- Se han planificado sistemas de calidad en el almacén homologables a nivel internacional.

2. Organiza el proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías, optimizando los espacios y los tiempos de manipulación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las condiciones y modalidades de los sistemas de almacenaje según diferentes variables.
- b) Se han secuenciado los diferentes subprocesos del proceso logístico de almacenaje.
- c) Se ha realizado el diseño en planta del almacén en función de las operaciones y movimientos que se han de realizar: administración, recepción, expedición, almacenaje, preparación, *picking*, pasillos y *cross-docking*, entre otros.
- d) Se han seleccionado equipos, medios y herramientas de mantenimiento, según las características del almacén y de las mercancías almacenadas, aplicando criterios económicos, de calidad y servicio.
- e) Se han aplicado métodos y técnicas de optimización de los espacios de almacenamiento.
- f) Se han utilizado métodos de reducción en los tiempos de localización y manipulación de las mercancías.
- g) Se han seleccionado diferentes sistemas modulares de envasado y embalaje de las mercancías del almacén.
- h) Se han concretado procedimientos de prevención de riesgos en el almacén.

**3. Confecciona y controla el presupuesto del almacén, identificando desviaciones provenientes de la asignación de costes.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las partidas y conceptos a tener en cuenta para elaborar un presupuesto estimativo del servicio de almacén.
- b) Se ha calculado periódicamente el coste de funcionamiento del almacén
- c) Se han identificado los indicadores o estándares económicos óptimos: coste por hora y coste por servicio, entre otros.
- d) Se han calculado los costes de almacén en función de la urgencia, plazos de entrega, preparación de mercancías, *co-packing* y paletización, entre otros.
- e) Se han analizado las desviaciones sobre los costes previstos, identificando su causa y origen, y proponiendo medidas correctoras de acuerdo al procedimiento establecido por la empresa.
- f) Se ha preparado el presupuesto de gastos del almacén, teniendo en cuenta los costes de la actividad y el nivel de servicio establecido, utilizando hojas de cálculo informático.
- g) Se han calculado periódicamente los costes de funcionamiento del almacén utilizando hojas de cálculo informático.

**4. Gestiona los *stocks* del almacén, asegurando su aprovisionamiento y expedición.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los diferentes tipos de inventarios y la finalidad de cada uno de ellos.
- b) Se han aplicado los conceptos de *stock* medio, mínimo y óptimo, identificando las variables que intervienen en su cálculo y la velocidad de rotación de las existencias.
- c) Se han previsto las unidades necesarias de existencias en almacén para evitar roturas de *stock*.
- d) Se han valorado las existencias del almacén utilizando diferentes métodos.

- e) Se han controlado las existencias del almacén, supervisando el procedimiento y las normas establecidas para identificar desviaciones del inventario y plantear medidas rectificadoras.
- f) Se han realizado las tareas necesarias para atender los pedidos de mercancías efectuados por la clientela y la expedición de las mismas.
- g) Se han registrado las altas, bajas y modificaciones de productos (código EAN), proveedores y proveedoras, clientes y clientas, y/o servicios por medio de herramientas informáticas.
- h) Se han utilizado aplicaciones informáticas generales para gestionar los *stocks* y específicas para la identificación de materiales, gestión de pedidos, extracción y registro de salidas del almacén.

5. Gestiona las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento que se ha de dar a las mercancías retornadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las actividades relacionadas con la logística inversa según la política de devolución o acuerdos alcanzados con la clientela.
- b) Se han previsto las acciones que deben ser realizadas con las mercancías retornadas: reparación, reciclado, eliminación o reutilización en mercados secundarios.
- c) Se han definido las medidas necesarias para evitar la obsolescencia y/o contaminación de las mercancías retornadas.
- d) Se han aplicado las normativas sanitarias y medioambientales vigentes.
- e) Se ha diseñado la recogida de los envases retornables con la entrega de nueva mercancía, aplicando la normativa vigente.
- f) Se han clasificado las diferentes unidades y/o equipos de carga para su reutilización en otras operaciones de la cadena logística, evitando el transporte en vacío.
- g) Se han clasificado los diferentes tipos de envases y embalajes, para reutilizarlos siguiendo las especificaciones, recomendaciones y normativa vigente.

6. Supervisa los procesos realizados en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los elementos necesarios para la implantación de un sistema de calidad en el almacén siguiendo las pautas de la empresa y/o clientela.
- b) Se ha previsto la implantación de sistemas de calidad y seguridad para la mejora continua de los procesos y de los sistemas de almacenaje.
- c) Se ha valorado el cumplimiento de los procesos y protocolos del almacén partiendo del plan o manual de calidad de la empresa.
- d) Se ha valorado la implantación y seguimiento de la mercancía por sistemas de radiofrecuencia o con otras innovaciones tecnológicas.
- e) Se han investigado los elementos necesarios para asegurar la trazabilidad de las mercancías y el cumplimiento de la normativa relativa a la misma, utilizando sistemas de gestión de almacenes.
- f) Se han fijado los objetivos de un Plan de Formación tipo, para mejorar la eficiencia y calidad del servicio de almacén.
- g) Se han detectado las necesidades de formación inicial y continua, tanto individuales como del equipo en su conjunto.
- h) Se han utilizado programas de gestión de tareas y cronogramas para controlar las tareas, los tiempos y el personal, cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales.

## c) Contenidos básicos:

1. APLICACIÓN DE LA NORMATIVA SOBRE ALMACENAJE	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las normas que reglamentan las actividades de almacenaje y distribución.</li> <li>- Identificación de la normativa que regula el contrato de depósito.</li> <li>- Aplicación de las normas nacionales e internacionales sobre el almacenaje de productos.</li> <li>- Análisis de los aspectos que caracterizan: un depósito aduanero, zona y depósito franco, y local autorizado, entre otros.</li> <li>- Identificación de las formalidades y trámites a realizar en un almacén.</li> <li>- Instauración de sistemas de calidad en el almacén homologables a nivel internacional.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marco legal del contrato de depósito y actividad de almacenaje-distribución.</li> <li>- Normativa específica para mercancías especiales: peligrosas y perecederas, entre otras.</li> <li>- Regímenes de almacenamiento en comercio internacional.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposición a considerar positivamente las necesidades de formación que aparecen en una situación de cambio.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> </ul>

2. ORGANIZACIÓN DEL PROCESO DE ALMACÉN	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de las condiciones y modalidades de los sistemas de almacenaje según: productos, clientela, planificación de la producción o destino de las mercancías, entre otros.</li> <li>- Estructuración del proceso logístico en diferentes subprocesos: recepción de mercancías, almacenaje, reposición, reubicación y expedición.</li> <li>- Distribución de las zonas del almacén en función de las operaciones y movimientos a realizar: administración, recepción, expedición, almacenaje, preparación, <i>picking</i>, pasillos y <i>cross-docking</i>, entre otros.</li> <li>- Selección de equipos, medios y herramientas de mantenimiento, según las características del almacén y de las mercancías almacenadas, aplicando criterios económicos de calidad y servicio.</li> <li>- Aplicación de métodos y técnicas de optimización de los espacios de almacenamiento.</li> <li>- Utilización de métodos de reducción en los tiempos de localización y manipulación de las mercancías.</li> <li>- Selección de diferentes sistemas modulares de envasado y embalaje de las mercancías del almacén.</li> <li>- Concreción de procedimientos de prevención de riesgos en el almacén.</li> </ul>



<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de los almacenes en empresas de fabricación, distribución y servicios.</li> <li>- Tipos de almacenes. Análisis de los tipos de sistemas de almacenaje: ventajas y desventajas.</li> <li>- Sistemas modulares. Unidades de carga: <i>pallet</i> y contenedores.</li> <li>- Sistemas de seguimiento de las mercancías: terminales de radio-frecuencia, codificación y lectores de barras entre otros. Terminales portátiles y sistemas de reconocimiento de voz.</li> <li>- Organización de actividades y flujos de mercancías en el almacén: administración, recepción, almacenaje, movimientos y preparación de pedidos y distribución. <i>Cross-docking</i>.</li> <li>- Gestión del embalaje.</li> <li>- Normativa de seguridad e higiene en almacenes. Instalaciones: generales y específicas.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposición a considerar positivamente las necesidades de formación que aparecen en una situación de cambio.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> </ul>

### 3. IDENTIFICACIÓN DE DESVIACIONES PRESUPUESTARIAS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de las partidas y conceptos a tener en cuenta para elaborar un presupuesto estimativo del servicio de almacén.</li> <li>- Cálculo periódico del el coste de funcionamiento del almacén teniendo en cuenta: los costes administrativos, de utilización de espacios, operativos, de obsolescencia y deterioro, financieros, y otros.</li> <li>- Identificación de los indicadores o estándares económicos óptimos: coste por hora y coste por servicio, entre otros.</li> <li>- Cálculo de los costes de almacén en función de la urgencia, plazos de entrega, preparación de mercancías, <i>co-packing</i> y paletización, entre otros.</li> <li>- Análisis de las desviaciones sobre los costes previstos, identificando su causa y origen, y proponiendo medidas correctoras de acuerdo al procedimiento establecido por la empresa.</li> <li>- Preparación del presupuesto de gastos del almacén, teniendo en cuenta los costes de la actividad y el nivel de servicio establecido, utilizando hojas de cálculo informático.</li> <li>- Cálculo periódico de los costes de funcionamiento del almacén utilizando hojas de cálculo informático.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costes de almacenamiento: variables que intervienen en su cálculo.</li> <li>- Coste de adquisición.</li> <li>- Coste por unidad almacenada.</li> <li>- La hoja de cálculo como herramienta de procesamiento de los datos.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> </ul>

4. GESTIÓN DE STOCKS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clasificación de los diferentes tipos de inventarios y la finalidad de cada uno de ellos.</li> <li>- aplicación de los conceptos de <i>stock</i> medio, mínimo y óptimo, identificando las variables que intervienen en su cálculo y la velocidad de rotación de las existencias.</li> <li>- Previsión de las unidades necesarias de existencias en almacén para evitar roturas de <i>stock</i>.</li> <li>- Valoración de las existencias del almacén utilizando diferentes métodos.</li> <li>- Control de las existencias del almacén, supervisando el procedimiento y las normas establecidas para identificar desviaciones del inventario y plantear medidas rectificadoras.</li> <li>- Realización de las tareas necesarias para atender los pedidos de mercancías efectuados por la clientela y la expedición de las mismas.</li> <li>- Registro de las altas, bajas y modificaciones de productos (código EAN), proveedores y proveedoras, clientes y clientas, y/o servicios, por medio de herramientas informáticas.</li> <li>- Utilización de las aplicaciones informáticas generales para gestionar los <i>stocks</i> y específicas para la identificación de materiales, gestión de pedidos, extracción y registro de salidas del almacén.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La gestión de <i>stocks</i>.</li> <li>- Control económico. Control de incidencias.</li> <li>- El ciclo del pedido de cliente o clienta.</li> <li>- Criterios de valoración de las existencias en almacén.</li> <li>- <i>Software</i> general que integre todos los aspectos del almacén, utilizando: procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos y cronogramas, entre otros.</li> <li>- Programas específicos de gestión de almacenes y existencias: gestión de muelles, gestión de almacenes, gestión de aprovisionamientos, gestión de existencias y elaboración de etiquetas, entre otros.</li> <li>- Programas de gestión de compras/almacén/ventas: gestión de artículos, gestión de almacén, gestión de fabricación y gestión de ventas, entre otros.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposición a considerar positivamente las necesidades de formación que aparecen en una situación de cambio.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> </ul>

5. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES SUJETAS A LA LOGÍSTICA INVERSA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las actividades relacionadas con la logística inversa según la política de devolución o acuerdos alcanzados con la clientela.</li> <li>- Previsión de las acciones a realizar con las mercancías retornadas: reparación, reciclado, eliminación o reutilización en mercados secundarios.</li> <li>- Definición de las medidas necesarias para evitar la obsolescencia y/o contaminación de las mercancías, retornadas.</li> <li>- Aplicación de las normativas sanitarias y medioambientales vigentes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de la recogida de los envases retornables con la entrega de nueva mercancía, aplicando la normativa vigente.</li> <li>- Clasificación de las diferentes unidades y/o equipos de carga para su reutilización en otras operaciones de la cadena logística, evitando el transporte en vacío.</li> <li>- Clasificación de los diferentes tipos de envases y embalajes, para reutilizarlos siguiendo las especificaciones, recomendaciones y normativa vigente.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Devoluciones.</li> <li>- Costes afectos a las devoluciones.</li> <li>- Reutilización de unidades y equipos de carga.</li> <li>- Contenedores y embalajes reutilizables.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la tarea de almacenaje como parte esencial en la empresa.</li> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas técnicas de gestión de almacén.</li> <li>- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria.</li> </ul>

## 6. SUPERVISIÓN DE LOS PROCESOS REALIZADOS EN EL ALMACÉN

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de los elementos necesarios para la implantación de un sistema de calidad en el almacén, siguiendo las pautas de la empresa y/o clientela.</li> <li>- Previsión de la implantación de sistemas de calidad y seguridad para la mejora continua de los procesos y de los sistemas de almacenaje.</li> <li>- Valoración del cumplimiento de los procesos y protocolos del almacén partiendo del plan o manual de calidad de la empresa.</li> <li>- Valoración de la implantación y seguimiento de la mercancía por sistemas de radiofrecuencia o con otras innovaciones tecnológicas.</li> <li>- Investigación de los elementos necesarios para asegurar la trazabilidad de las mercancías y cumplimiento de la normativa relativa a la misma, utilizando sistemas de gestión de almacenes.</li> <li>- Fijación de los objetivos de un Plan de Formación tipo, para mejorar la eficiencia y calidad del servicio de almacén.</li> <li>- Detección de las necesidades de formación inicial y continua, tanto individuales como del equipo en su conjunto.</li> <li>- Utilización de los programas de gestión de tareas y cronogramas para controlar las tareas, los tiempos y el personal cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemas de calidad en el almacén.</li> <li>- Aplicación de sistemas de seguridad para personas y mercancías.</li> <li>- Planes de formación inicial y continua en el equipo de trabajo del almacén: objetivos y métodos de formación.</li> <li>- Evaluación de planes de formación.</li> <li>- Nuevas tecnologías aplicadas a la automatización e informatización de los procesos o subprocesos del almacén.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la tarea de almacenaje como parte esencial en la empresa.</li> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas técnicas de gestión de almacén.</li> </ul>

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Dado que la presentación de los bloques de contenido responde a criterios de explicación de la cultura profesional tratada en este módulo, no debe seguirse estrictamente en los procesos de formación, sino, por el contrario, establecer un recorrido didáctico, de acuerdo con el tipo de contenido organizador seleccionado, más atento a criterios de logro de las capacidades y asimilación de los contenidos por parte de cada alumno o alumna.

Al estructurar y organizar el presente módulo, se propone que los procedimientos señalados en los contenidos sean los que ejerzan la dirección del proceso de enseñanza. Poner un especial énfasis en este tipo de contenido se considera la opción más coherente con las capacidades profesionales que se pretenden desarrollar en el alumnado.

Ello no quiere decir que se minusvaloren los contenidos de tipo conceptual y actitudinal, considerados imprescindibles para que los saberes que se promueven sean de uso, sino que éstos se han de supeditar a las necesidades que emanan del dominio de aquellos procedimientos.

A la hora de abordar los contenidos del presente módulo, se considera conveniente estructurarlos en base a un contenido organizador: "Gestión del proceso de almacenaje de productos". Este contenido organizador posibilita encadenar los distintos procedimientos implicados en el módulo y, de este modo, constituir la estructura base a partir de la cuál sea posible programar actividades de enseñanza y de evaluación, integrando en ellas los contenidos conceptuales y actitudinales convenientes.

El recorrido didáctico que se propone consta de tres etapas que pueden ser abordadas de forma consecutiva o, si se considera más conveniente, alternarse a lo largo de la programación, y son las siguientes:

- La **primera etapa**, "Marco legal, normativa específica de mercancías en el almacén y Regímenes de almacenamiento", a la que se le dedica, aproximadamente, una cuarta parte de la programación, aborda los contenidos contemplados en el bloque 1.
- La **segunda etapa**, "Organización del proceso de almacén, Identificación de desviaciones presupuestarias, Gestión de *stocks*, Supervisión de los procesos realizados en el almacén", a la que se le dedica, aproximadamente, dos cuartas partes de la programación, aborda los contenidos contemplados en los bloques 2, 3 y 4. De esta manera, el recorrido de esta etapa estaría formado por tres fases o actividades significativas:
  - Proceso de organización.
  - Proceso de identificación de desviaciones presupuestarias
  - Proceso gestión de *stocks*.

Al abordar cada uno de los procesos, se propone estructurarlos didácticamente, de manera que el alumnado mantenga, en todo momento, una visión global del proceso, adquirida en una primera aproximación general al almacenaje de productos.

- La **primera fase** de esta etapa, “Proceso de organización”, tiene como eje estructurador aquellas acciones necesarias para un correcto control de orden de productos en el almacén, como son, la identificación de la mercancía que se recibe, control de la documentación que acompaña a esos productos y su catalogación y clasificación para su posterior almacenaje. La importancia de esta primera fase radica en la correcta identificación de las distintas clases de mercancías en función de sus características, pues será uno de los factores que determine todas las decisiones posteriores que se han de tomar en relación a su clasificación, almacenamiento, medidas de seguridad e higiene a aplicar, su gestión, y su etiquetado y embalaje. Para ello, conviene el estudio de casos, en un principio sencillos, aumentando gradualmente su complejidad, pero, en todo momento, abiertos a su posible utilización en las siguientes fases del recorrido didáctico, con el objeto de poder analizar todo el proceso de almacenamiento de productos en un mismo supuesto, obteniendo, así, una correcta visión de la profesionalidad de este módulo.
  - La **segunda fase**, “Proceso de identificación de desviaciones presupuestarias”, trata de determinar las partidas para elaborar un presupuesto estimativo del servicio de almacén, determinar el coste de almacenamiento, los costes de adquisición, así como los costos por unidad almacenada. Para ello, parece conveniente la utilización de supuestos o el estudio de casos y su representación gráfica, partiendo de supuestos sencillos, que irán complicándose a medida que el alumno o alumna vaya progresando.
  - La **tercera fase**, “proceso de gestión de *stoks*”, trata de realizar el control físico, económico, así como el control de incidencias, a través de un *software* que integre todos los aspectos del almacén.
- ♦ La **tercera etapa**, “Gestión de operaciones sujetas a la logística inversa, Supervisión de los procesos realizados en el almacén”, a la que se le dedica una cuarta parte en la programación, recoge los contenidos de los bloques 5 y 6. De esta manera, el recorrido de esta etapa estaría conformado por dos fases o actividades significativas:
- En la **primera fase** de esta etapa, “Gestión de las operaciones sujetas a la logística inversa”, se trata de analizar y controlar las devoluciones, sus costes, así como la posibilidad de su reutilización, determinando las medidas necesarias para evitar la obsolescencia y la contaminación de las mercancías retornadas.
  - La **segunda fase**, “Supervisión de los procesos realizados en el almacén”, trata de determinar los sistemas de calidad en el almacén, enfocados tanto a las personas como a las mercancías, a través de la implantación de planes de formación, así como con la aplicación de nuevas tecnologías de automatización e informatización.

El dominio de los soportes informáticos relacionados con estas actividades es un elemento básico de la profesionalidad del módulo.

Asimismo, sería interesante abordar estas dos fases o procesos de manera conjunta en unidades de síntesis, una vez se hayan consolidado los conocimientos suficientes en cada una de ellas, promoviendo una visión más integrada y planteando actividades que traten situaciones lo más reales posibles y exijan un mayor grado de implicación en la toma de decisiones por parte del alumnado.

En las dos fases de la programación del módulo se recomienda incorporar los contenidos relacionados con la orientación profesional desde las primeras actividades, ya que, en ellas, se puede perfilar con cierta nitidez el rol profesional que subyace y puede ayudar a delimitar, con cierta precisión, el ámbito de competencias que le corresponde.



## 2) Aspectos metodológicos

Es recomendable contemplar las siguientes directrices:

- ◆ Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir un soporte para el desarrollo de los procedimientos. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y a las alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo, como, distribución del espacio físico del almacén, determinación de medios, control de documentación, diseño de un sistema eficaz de organización, reparto de tareas. Se ha de tener en cuenta, asimismo, los cambios que de ellos se espera en el medio plazo, principalmente, en lo referente a legislación sanitaria, materiales que acondicionan el almacén y tecnología aplicable en la manipulación de mercancías.
- ◆ Por otro lado, los contenidos relativos a normas, valores y actitudes se habrán de abordar en los desarrollos de los procedimientos, incidiendo en aquellos que determinan el carácter profesionalizador de este bloque, especialmente, los relativos al respeto de las normas sobre seguridad, higiene y protección de mercancías, y propuestas sobre posibles mejoras que aumenten la productividad del proceso de almacenamiento.
- ◆ Gran parte de los procedimientos señalados se ubican en supuestos debidamente caracterizados, o en el estudio de casos cuyo grado de definición establecerá la complejidad de aquellos. Hay que destacar el procedimiento de justificación de decisiones y proposiciones de alternativas, como colofón de la aplicación del conjunto de procedimientos, especialmente, en lo relacionado con la distribución espacial del almacén y con el embalaje y etiquetado del producto, pues son las actividades donde de mayor grado de autonomía va a gozar en lo referente a este módulo. El objetivo es implicar al alumnado en la toma de decisiones gradualmente más complejas, a medida que vaya adquiriendo nuevos conocimientos y se le pueda exigir una mayor responsabilidad.
- ◆ Los datos y supuestos que concretan los contenidos han de ser adaptados en función de las empresas más significativas del entorno del centro o de posible inserción profesional del alumnado. Conviene regular cuidadosamente el grado de definición de las variables a utilizar, considerando la capacidad de intervención real de que dispondrá este o esta profesional en el ámbito de la gestión de almacenes, sin excedernos de las atribuciones y competencias que de él se pretenden.
- ◆ Se aconseja empezar con una unidad didáctica inicial que ha de ser fundamentalmente de presentación. El alumnado entiende la importancia del almacenaje de mercancías en el conjunto de actividades de la empresa, cuáles son sus objetivos y el entorno en que se ubica.
- ◆ Con objeto de motivar al alumnado, el profesorado ubica en su ciudad o provincia las empresas más significativas en relación a este módulo. El alumnado las identifica, y visita algunas de ellas. De esta manera, se ve involucrado en la actividad, observa el nivel de responsabilidad y de autonomía de acción que podrá alcanzar en cada puesto.
- ◆ Para finalizar, conviene contemplar actividades que consoliden la motivación y el interés del alumnado por las materias del módulo, favoreciendo la identificación de la profesionalidad asociada con los roles para los cuales se le capacita, asumiendo

la identidad profesional que de ellos se deriva, y obteniendo una visión global e integrada de lo que realizará y de lo que se le exigirá.

- En este sentido, puede ser interesante considerar debates a través de supuestos aportados por el propio profesor o profesora, referentes a las normas, valores y modos derivados de los roles de trabajo, así como de las actividades profesionales más relevantes. Además, puede servir para conocer las expectativas que tiene el alumnado sobre lo que este módulo le puede aportar, y analizar los posibles puestos de trabajo asociados al ciclo, sus obligaciones y derechos, etc. Información, en principio, que puede posibilitar respuestas a la posible diversidad que exista.
  - Paralelamente, es recomendable, que el profesorado efectúe alguna de las actividades más significativas y simples, como realizar un inventario de existencias, recepción y ubicación en el almacén de algún producto, etc., intentando motivar definitivamente al alumnado.
- Si se establece alguna unidad didáctica con estructura conceptual, en el momento de tratar los tipos de existencias y de almacenes o al trabajar aspectos relacionados con las variables que determinan los costes de almacenamiento, se recomienda proceder trasladando los contenidos de menor a mayor complejidad de comprensión y, en la medida de lo posible, utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado. Es decir, se recomienda que no sea excesiva la utilización de métodos expositivos, evitando la pasividad del alumnado.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Análisis de la normativa sobre almacenaje:
  - Aplicación normativa de contratación y de tratamiento de mercancías especiales.
  - Identificación de los trámites de almacenamiento.
  - Evaluación del marco legal del contrato de depósito y actividad de almacenaje-distribución.
  - Análisis de la normativa nacional e internacional. Análisis de las exigencias de depósito aduanero, zona franca y local autorizado.
- ✓ Estructuración del proceso de almacenamiento y gestión de *stocks*:
  - Aplicación de técnicas de optimización de espacios de almacenamiento.
  - Organización de tareas y subprocesos: recepción de mercancías, almacenaje, reposición, reubicación y expedición.
  - Catalogación y organización de actividades y flujos de mercancías en el almacén. Gestión del embalaje.
  - Realización de informes de gestión de tiempos, espacios, localizaciones y manipulado.
  - Aplicación de recursos informáticos para la gestión de *stocks*:
    - Identificación de materiales, control de existencias, pedidos, extracción y registro de salidas del almacén.
    - Registro de altas, bajas y modificaciones de productos (código EAN), proveedores o proveedoras, clientela y/o servicios.
  - Valoración sobre la normativa de seguridad.
- ✓ Determinación de las partidas y conceptos para elaborar un cálculo de coste del servicio de almacén:
  - Identificación de los indicadores coste por hora y coste por servicio.
  - Preparación de presupuesto y análisis de desviaciones.
- ✓ Definición de los sistemas de recogida y tratamiento a las mercancías retornadas:

- Análisis de las actividades relacionadas con la logística inversa y las condiciones de devolución.
  - Aplicación de métodos de control y cumplimiento de normativa de mercancías retornadas según las características del producto.
- ✓ Aplicación de sistemas de calidad y seguridad para la mejora continua de los procesos de almacenaje:
- Empleo de programas de gestión de tareas y cronogramas para controlar las tareas, los tiempos y el personal, cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales.
  - Identificación de necesidades formativas individuales y colectivas.

## Módulo Profesional 4

### GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Gestión administrativa del comercio internacional</b>
Código:	0627
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	198 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	12
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC0242_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.
Objetivos generales:	7 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional, analizando sus principales funciones.

Criterios de evaluación:

- Se ha analizado la estructura de balanza de pagos, diferenciando las distintas balanzas que la componen.
- Se han clasificado las funciones de los principales organismos e instituciones económicas internacionales.
- Se ha analizado el proceso de integración económica internacional, diferenciando los distintos niveles de integración.
- Se ha analizado el proceso de integración económica europea y su repercusión en el comercio comunitario.
- Se han identificado las distintas instituciones comunitarias, sus principales funciones y competencias.
- Se ha analizado el marco jurídico comunitario y se han identificado las normas con incidencia en el intercambio comercial.

2. Organiza un sistema de información eficaz para las operaciones de compraventa internacional, utilizando las herramientas informáticas adecuadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado bases de datos para las operaciones de comercio internacional.
- b) Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y clientas, y proveedores y proveedoras.
- c) Se ha elaborado la información que, habitualment, solicitan la clientela o el proveedor o la proveedora, en las operaciones de compraventa internacional.
- d) Se ha realizado el mantenimiento y actualización de las bases de datos de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras.
- e) Se han elaborado informes sobre clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, a partir de las bases de datos disponibles.
- f) Se ha aplicado la normativa legal y fiscal del país de destino de la mercancía que sea de exportar.
- g) Se ha procesado y archivado adecuadamente la información generada en las operaciones de compraventa internacional realizadas para su posterior utilización en futuras operaciones.

3. Reconoce las distintas barreras al comercio internacional, analizando la normativa que las regula.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las barreras arancelarias a la importación de mercancías y otras medidas de efecto equivalente.
- b) Se han analizado los principales instrumentos de protección comercial de naturaleza cuantitativa, que limitan o restringen las importaciones de mercancías.
- c) Se ha analizado la función del arancel de aduanas como instrumento de protección y su repercusión sobre el comercio internacional.
- d) Se han identificado las medidas de defensa de la competencia internacional aplicables en el marco de la OMC.
- e) Se han caracterizado las cláusulas de salvaguardia y las medidas de vigilancia, analizando los casos en que procede su aplicación en la UE.
- f) Se han caracterizado las principales barreras técnicas y administrativas al comercio.
- g) Se han determinado las distintas medidas de apoyo y fomento a las exportaciones.

4. Caracteriza los procedimientos administrativos de las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición, interpretando la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las diferencias entre una importación y una introducción, y entre una exportación y una expedición.
- b) Se han identificado los documentos que se requieren en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición, los procedimientos para su tramitación y gestión y los organismos implicados.
- c) Se ha determinado el origen de las mercancías y la documentación que se requiere para su acreditación.
- d) Se ha determinado el valor en aduana de diferentes mercancías.
- e) Se ha efectuado la clasificación arancelaria de las mercancías.



- f) Se han determinado los impuestos y otros tributos que gravan las operaciones de comercio internacional que integran la deuda aduanera.
- g) Se han reconocido los procesos administrativos de gestión aduanera.
- h) Se ha analizado el sistema de declaración estadística de las operaciones intracomunitarias (INTRASTAT).

5. Elabora la documentación necesaria para las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, cumplimentando la misma.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las cláusulas que se incluyen en los contratos de compraventa internacional y se ha confeccionado el contrato de compraventa.
- b) Se han confeccionado los documentos comerciales, de transporte y seguro que se requieren en las operaciones de compraventa internacional.
- c) Se ha supervisado la documentación comercial y administrativa correspondiente a una operación de comercio internacional, comprobando las condiciones pactadas en el contrato.
- d) Se han cumplimentado los documentos de gestión aduanera de diferentes operaciones de compraventa internacional.
- e) Se ha realizado la gestión aduanera de operaciones relativas a los distintos regímenes aduaneros.
- f) Se ha utilizado un paquete informático de gestión administrativa para la obtención de la documentación necesaria para las operaciones de compraventa internacional.

### c) Contenidos básicos:

1. ORGANISMOS E INSTITUCIONES RELACIONADOS CON EL COMERCIO INTERNACIONAL	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la estructura de balanza de pagos, diferenciando las distintas balanzas que la componen.</li> <li>- Identificación de los principales organismos e instituciones económicas internacionales.</li> <li>- Descripción de las funciones de la Organización Mundial de Comercio.</li> <li>- Análisis del proceso de integración económica, diferenciando los distintos niveles de integración.</li> <li>- Identificación de las principales integraciones económicas internacionales.</li> <li>- Análisis del proceso de integración económica europea y su repercusión en el comercio comunitario.</li> <li>- Identificación de las distintas instituciones comunitarias, sus principales funciones y competencias.</li> <li>- Análisis del marco jurídico comunitario e identificación de las fuentes jurídicas que han constituido el acervo comunitario.</li> <li>- Diferenciación de las normas que constituyen derecho comunitario vinculante (Reglamento, Directiva, Decisión) y derecho no vinculante (Dictamen y Recomendación).</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Balanza de Pagos: concepto y estructura.</li> <li>- La Organización Mundial de Comercio (OMC).</li> <li>- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).</li> <li>- El Fondo Monetario Internacional.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Banco Mundial.</li> <li>- Otros organismos internacionales que afectan al comercio.</li> <li>- El proceso de integración económica. Niveles y fases de integración.</li> <li>- Integración europea. Integraciones económicas internacionales.</li> <li>- Instituciones de la Unión Europea: la Comisión Europea, el Consejo de la U.E. (Consejo de Ministros), el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Banco Central Europeo (BCE), otros organismos e instituciones.</li> <li>- El marco jurídico comunitario. Fuentes de derecho comunitario. El acervo jurídico comunitario. Derecho vinculante (Reglamento, Directiva, Decisión) y no vinculante (Dictamen, Recomendación).</li> <li>- Derecho Aduanero Comunitario: el Código Aduanero.</li> <li>- El Presupuesto Comunitario. Recursos propios de la UE. Estructura del gasto.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

## 2. ORGANIZACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN APLICADOS AL COMERCIO INTERNACIONAL

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las principales fuentes de información utilizadas por las empresas para la elaboración de una base de datos que suministre información útil para las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Análisis de los sistemas de archivo de documentación e información más utilizados por las empresas para la organización de la información generada en las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Confección de ficheros maestros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, organizando la información relevante obtenida de la aplicación informática de gestión de la relación con la clientela.</li> <li>- Elaboración de la información que, habitualmente, solicitan la clientela o el proveedor o proveedoras, en las operaciones de compraventa internacional.</li> <li>- Realización del mantenimiento y actualización de las bases de datos de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, introduciendo nuevos clientes y proveedores potenciales, y modificando la información contenida en ella.</li> <li>- Elaboración de informes sobre clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, a partir de las bases de datos disponibles.</li> <li>- Identificación del marco legal y fiscal del país de destino de la mercancía a exportar.</li> <li>- Procesamiento y archivado adecuado de la información generada en las operaciones de compraventa internacional, realizadas para su posterior utilización en futuras operaciones.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes de información sobre comercio internacional. Identificación de organismos e instituciones que facilitan información.</li> <li>- El Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Servicios que presta. Bases de datos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Cámara de Comercio Internacional. Bases de datos.</li> <li>- Obtención de información a través de Internet.</li> <li>- Utilización de la información disponible, impresa o en soporte informático, e introducción en la base de datos de la empresa.</li> <li>- Diseño, utilización y mantenimiento de bases de datos de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras,</li> <li>- Elaboración de ficheros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras.</li> <li>- Introducción y modificación de datos.</li> <li>- Elaboración de informes sobre clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras.</li> <li>- Sistemas de comunicación con clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras.</li> <li>- Manejo de la herramienta de gestión de relaciones con la clientela.</li> <li>- Sistemas de archivo de documentación generada en las operaciones de comercio internacional. Archivo manual e informático.</li> <li>- Diseño utilización y actualización de bases de datos con información de las operaciones de comercio internacional realizadas.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

### 3. BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las barreras arancelarias a la importación de mercancías y otras medidas de efecto equivalente.</li> <li>- Análisis de la función del arancel de aduanas como instrumento de protección y su repercusión sobre el comercio internacional.</li> <li>- Análisis de los principales instrumentos de protección comercial de naturaleza cuantitativa, que limitan o restringen las importaciones de mercancías.</li> <li>- Identificación de las medidas de defensa de la competencia internacional aplicables en el marco de la OMC, como son los derechos <i>antidumping</i> y los derechos antisubvención.</li> <li>- Caracterización de las cláusulas de salvaguardia y las medidas de vigilancia, analizando los casos en que procede su aplicación en la U.E.</li> <li>- Caracterización de las principales barreras técnicas y administrativas al comercio: normas sanitarias y fitosanitarias, normas de calidad, normas medioambientales, trámites administrativos y aduaneros, etc.</li> <li>- Identificación de las distintas medidas de apoyo y fomento a las exportaciones.</li> <li>- Análisis de la política comercial comunitaria y las distintas medidas que la integran, diferenciando la política comercial autónoma de la convencional.</li> <li>- Descripción de la Política Agrícola Común (PAC), sus objetivos y funcionamiento y las principales medidas aplicables a las importaciones y a las exportaciones.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barreras arancelarias a la importación de mercancías: el Arancel de Aduanas y medidas de efecto equivalente.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barreras no arancelarias. Restricciones cuantitativas a la importación.</li> <li>- Medidas de defensa de la competencia.</li> <li>- Medidas de salvaguardia.</li> <li>- Barreras técnicas y administrativas a la importación: certificados de normalización, homologación y control de calidad, certificados sanitarios, fitosanitarios y veterinarios, certificados SOIVRE, certificados CITES, etc.</li> <li>- Barreras fiscales.</li> <li>- Instrumentos de protección de las exportaciones.</li> <li>- La Política Comercial Común.</li> <li>- Régimen de comercio de las importaciones y de las exportaciones.</li> <li>- La Política Agrícola Común (PAC).</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

#### 4. CARACTERIZACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN Y DE INTRODUCCIÓN/EXPEDICIÓN

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las diferencias entre una importación y una introducción, y entre una exportación y una expedición.</li> <li>- Interpretación de la normativa legal que regulan el régimen de comercio, identificado los documentos que se requieren en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición, los procedimientos para su tramitación y gestión, y los organismos implicados.</li> <li>- Análisis de los criterios para la determinación del origen de las mercancías objeto de compraventa internacional y la documentación que se requiere para su acreditación.</li> <li>- Determinación del valor en aduana de diferentes mercancías, aplicando los procedimientos oportunos de acuerdo con la normativa que lo regula.</li> <li>- Análisis de la estructura del Arancel Integrado Comunitario (TARIC), el sistema utilizado para la codificación de las mercancías, la tabla de derechos y demás medidas arancelarias que contiene, y los procedimientos para su gestión.</li> <li>- Identificación de los impuestos (derechos arancelarios, IVA e impuestos especiales) y otros tributos (exacciones agrícolas, derechos <i>antidumping</i> y compensatorios...) que gravan las operaciones de comercio internacional que integran la deuda aduanera y se liquidan en las aduanas.</li> <li>- Análisis del procedimiento de gestión aduanera, identificando los diferentes destinos aduaneros que se pueden dar a una mercancía, analizando los regímenes económicos aduaneros, los plazos y la documentación que se requiere para su gestión.</li> <li>- Análisis del sistema de declaración estadística de las operaciones intracomunitarias (INTRASTAT), los tipos de declaraciones, procedimiento y plazos para su presentación, y los organismos donde se tramita.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El origen de las mercancías:</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios para la atribución del origen. Origen preferencial y no preferencial.</li> <li>• Justificación o acreditación del origen: certificados de origen para la exportación y para la importación.</li> <li>- El Arancel de Aduanas:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto, finalidad y efectos económicos del Arancel.</li> <li>• Estructura arancelaria: El Sistema Armonizado para la clasificación y codificación de las mercancías. La Nomenclatura Combinada Comunitaria.</li> <li>• La tarifa de derechos arancelarios: Derechos autónomos y convencionales. Derechos ad valorem, específicos, mixtos y compuestos.</li> <li>• El Arancel Integrado Comunitario (TARIC): Estructura y contenido.</li> </ul> </li> <li>- Valoración en Aduana de las mercancías:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de Valor en Aduana.</li> <li>• Criterios para la determinación del Valor en Aduana de una mercancía.</li> <li>• La Declaración de Valor en Aduana (documento DV1).</li> </ul> </li> <li>- Fiscalidad del comercio exterior:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tributos que se recaudan en las aduanas: derechos de importación/exportación, exacciones agrícolas. derechos <i>antidumping</i> y compensatorios, Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), Impuestos Especiales, otros gravámenes.</li> <li>• El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).</li> <li>• Los Impuestos Especiales en el comercio internacional.</li> </ul> </li> <li>- Operaciones intracomunitarias:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Declaración Estadísticas de operaciones intracomunitarias. Sistema INTRASTAT.</li> <li>• Tipos de declaraciones. Adquisiciones intracomunitarias y expediciones intracomunitarias.                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimentación y presentación de las declaraciones INTRASTAT.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<p style="text-align: center; color: red;">actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

**5. ELABORACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN E INTRODUCCIÓN/EXPEDICIÓN DE MERCANCÍAS**

<p style="text-align: center; color: red;">procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación de las cláusulas que, habitualmente, incluyen los contratos de compraventa internacional de mercancías, y confección del contrato de compraventa reflejando en su clausulado el Incoterm y demás pactos y condiciones acordadas entre las partes.</li> <li>- Elaboración de la oferta de mercancías destinadas a la exportación que se ha de enviar al cliente o a la clienta, utilizando diferentes Incoterms.</li> <li>- Confección u obtención de los documentos comerciales (factura pro forma y factura comercial) y los documentos de transporte y seguro que se requieren en las operaciones de compraventa internacional, teniendo en cuenta las condiciones establecidas en el contrato.</li> <li>- Cumplimentación y obtención o gestión de los documentos que se requieren para llevar a cabo las operaciones exteriores: licencia de</li> </ul>
--	---



	<p>importación o exportación, certificados de normalización, homologación y control de calidad, certificados sanitarios, fitosanitarios y veterinarios, certificado SOIVRE (Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones), certificado CITES (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) y el certificado de origen, que deben acompañar a la mercancía, de acuerdo con la normativa vigente y los procedimientos establecidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisión de la documentación comercial y administrativa correspondiente a una operación de comercio internacional, comprobando que se cumple el Incoterm acordado y que los documentos que acompañan a la mercancía se ajustan a la normativa vigente y a las condiciones pactadas en el contrato.</li> <li>- Realización de la gestión aduanera de diferentes operaciones de compraventa internacional, codificando la mercancía en su partida arancelaria, calculando el valor en aduana y practicando la liquidación de derechos, IVA y demás gravámenes que afectan a la operación, y cumplimentación del DUA, la declaración de valor (DV1) y los demás documentos aduaneros, aplicando la legislación vigente y utilizando las aplicaciones informáticas disponibles.</li> <li>- Realización de la gestión aduanera de operaciones relativas a los distintos regímenes aduaneros, ajustándose a la normativa que los regula, y cumplimentación de los documentos necesarios.</li> <li>- Cumplimentación de los documentos INTRASTAT correspondientes a las adquisiciones y expediciones intracomunitarias, descargando los modelos oficiales a través de Internet.</li> <li>- Utilización de un paquete informático de gestión administrativa para la obtención de la documentación necesaria para las operaciones de compraventa internacional.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión aduanera de las importaciones y de la exportaciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las Aduanas. Sus funciones.</li> <li>• Normativa legal que regula el funcionamiento de las aduanas y la gestión de las operaciones de importación y exportación. El Código Aduanero Comunitario.</li> <li>• Procedimiento de gestión aduanera o despacho de una importación: presentación de la mercancía. La declaración sumarial. Presentación de la declaración de importación (DUA) y demás documentos que lo acompañan.</li> <li>• Despacho a libre práctica y despacho a consumo de las mercancías. Liquidación de la deuda aduanera de importación.</li> <li>• Procedimiento de gestión aduanera o despacho de una exportación: cumplimentación y presentación de la declaración de exportación (DUA).</li> <li>• Aplicación informática de gestión administrativa y aduanera de las operaciones de importación y exportación.</li> </ul> </li> <li>- Regímenes económicos aduaneros: normativa aplicable. Procedimiento y documentación necesaria para su gestión: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Régimen de tránsito.</li> <li>• Régimen de importación temporal.</li> <li>• Régimen de perfeccionamiento activo.</li> <li>• Transformación bajo control aduanero.</li> <li>• Régimen de perfeccionamiento pasivo.</li> <li>• Depósitos aduaneros.</li> </ul> </li> <li>- Otros destinos aduaneros: normativa, documentación y procedimiento de gestión: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reexportación de las mercancías.</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zonas y depósitos francos.</li> <li>• Abandono de la mercancía.</li> <li>• Destrucción bajo control aduanero.</li> <li>• Otros destinos.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición a la planificación de las propias tareas y a la autoevaluación de lo conseguido.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.</li> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

#### d) Orientaciones metodológicas

A la hora de plantear la secuenciación de los módulos a lo largo del ciclo, y, dentro de cada uno de ellos, de diseñar un recorrido didáctico, es preciso tener presentes las relaciones y conexiones que se observan entre ellos.

Es conveniente, también, destacar la importancia que, para el desarrollo de determinados roles de trabajo ligados a este módulo, tiene, el ser capaz de comunicarse en una Lengua extranjera y disponer, en dicha lengua, de un vocabulario técnico básico sobre conceptos utilizados en el sector.

Hay que indicar que, como tiene conexiones en determinados aspectos con la mayoría de los módulos, si se presentan de una forma organizada y programada conjuntamente, facilitará una mayor comprensión y aprendizaje al alumno o alumna.

Todas estas relaciones han de conducir al equipo docente a decidir los momentos en que impartir cada módulo, para potenciar, de la mejor manera posible, el aprendizaje.

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

##### 1) Secuenciación

Dado que la presentación de los bloques de contenido responden a criterios de explicitación de la cultura profesional tratada en este módulo, no debe seguirse estrictamente en los procesos de formación, sino, por el contrario, se podrá establecer un recorrido didáctico, de acuerdo con el tipo de contenido organizador que se selecciona, más atento a criterios de logro de las capacidades y asimilación de los contenidos por parte de cada alumno o alumna.

El recorrido didáctico se basa en una adquisición progresiva de los saberes, pasando de los más simples a los más complejos, teniendo como eje conductor el desarrollo del proceso de las operaciones de compraventa internacional, e introduciendo, progresivamente, aquellos conocimientos que son precisos para su ejecución.

Teniendo en cuenta que este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la gestión administrativa de las operaciones de comercio internacional, tales como:

- cumplimentación y tramitación de la documentación necesaria para llevar a cabo

- las importaciones y las exportaciones de mercancías,
- gestión aduanera de las operaciones de importación y exportación,
- tramitación y gestión de operaciones intracomunitarias de introducción y expedición de mercancías,
- cumplimentación y tramitación de las declaraciones Intrastat,

y que las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- la gestión administrativa y aduanera de las operaciones de importación y exportación,
- la gestión administrativa de las operaciones intracomunitarias de introducción y expedición,

se partirá de las operaciones más sencillas, intentando que el alumno o la alumna vaya, progresivamente, adquiriendo una visión de las funciones que desempeña el o la profesional de Comercio Internacional y de las realizaciones que efectúa en el ámbito productivo.

En base a esto, se sugiere la distribución de los contenidos en las siguientes etapas:

1. Introducción al comercio internacional.
2. Gestión de las operaciones intracomunitarias de introducción y expedición de mercancías.
3. Gestión de las operaciones de importación y exportación con terceros países.

La **primera etapa** de “Introducción al comercio internacional”, abarca, fundamentalmente, los contenidos del bloque 1 y del bloque 3.

En esta etapa tiene, también, sentido, la ubicación de una unidad didáctica introductoria que describa genéricamente las actividades que desarrolla el Técnico Superior de Comercio Internacional y el alcance del módulo profesional de “**Gestión administrativa del comercio internacional**”.

Esta etapa debe tratar de ofrecer al alumno o a la alumna una visión genérica y global del comercio internacional, así como de las barreras que se plantean para su desarrollo y de la lógica que ha llevado a su establecimiento.

La **segunda etapa**, hace referencia a las operaciones de introducción y expedición de mercancías en la UE. Para ello, será necesario ampliar conocimientos ya trabajados en la etapa anterior, que hacen referencia a los bloques 1 y 3, apareciendo otros nuevos, en especial, los que se recogen en el bloque 4, relativos al régimen administrativo, comercial y fiscal de las operaciones intracomunitarias.

La **tercera etapa** se centrará en las operaciones propias de importación y exportación de mercancías. Para ello, será necesario ampliar conocimientos ya trabajados en las etapas anteriores, que hacen referencia a los bloques 1 y 3, y aparecerán otros nuevos, en especial, los que se recogen en los bloques 4 y 5, referentes a la política comercial exterior de la UE, el régimen comercial, administrativo y aduanero de la operaciones con terceros países, así como los procedimientos administrativos y aduaneros que conllevan.

## 2) Aspectos metodológicos

Es recomendable contemplar las siguientes directrices:

- Como norma general, para la concreción de actividades de enseñanza-aprendizaje y de evaluación que conformen las unidades didácticas, se deben estructurar estableciendo un eje procedimental. En consecuencia, los distintos contenidos de tipo conceptual y actitudinal se incorporaran en las unidades didácticas conforme lo requiera la ejecución de los procedimientos que contemplan.
- En la medida que los supuestos impliquen mayor complejidad y autonomía por parte del alumnado, se ampliarán e integrarán los contenidos conceptuales y actitudinales que se necesiten.
- Si se establece alguna unidad didáctica con estructura conceptual, se recomienda proceder trasladando los contenidos de menor a mayor complejidad de comprensión y, en la medida de lo posible, utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado. Es decir, se recomienda que no sea excesiva la utilización de métodos expositivos, evitando la pasividad del alumnado.
- Por otro lado, los contenidos relativos a actitudes, valores y normas se abordarán en el desarrollo de los procedimientos, teniendo presente que, gran parte de ellos, configuran el buen hacer profesional, sobre todo, los relativos a rigor, precisión, orden, respeto de la normativa vigente e iniciativa de mejora del proceso de gestión.
- Se considera conveniente realizar, siempre, una presentación de la unidad didáctica, principalmente, con objetivos motivadores. Es aconsejable tomar como base un caso práctico o una situación determinada, casos que deberán ser sencillos, e intentar realizar un pequeño debate. De esta manera, además de poder suscitar su curiosidad y motivación, se puede utilizar para determinar los conocimientos previos que tienen sobre el tema y posibilitar una adaptación de los contenidos.
- En la unidad didáctica inicial del módulo, además de presentarlo e informar de las cuestiones didácticas, de tiempos, formales, etc., que cada profesor o profesora quiera transmitir, se recomienda que, a través de la presentación de casos y situaciones determinadas, se propicie un intercambio de opiniones e informaciones entre los alumnos y alumnas. El profesor o profesora puede intervenir para "guiar" al alumnado en el descubrimiento de la necesidad de una serie de saberes que conforman el módulo.
- En este módulo, la adaptación al entorno y a las actividades profesionales que como técnico va a desarrollar en él, es fundamental; más aún, se debe simular la realidad de forma que el alumno o alumna, siempre que sea posible, trabaje con supuestos y documentos reales: el proyecto de simulación en el que cada grupo de alumnos o alumnas se suponen gestores de una empresa y desarrollan todas las tareas administrativas de la misma, buscando la eficiencia y realizando las operaciones a que hubiere lugar, puede resultar una metodología adecuada para el desarrollo de algunas unidades didácticas de este módulo.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Análisis de los principales organismos e instituciones que influyen en el tránsito internacional de mercancías.
- ✓ Interpretación de la normativa que regula las operaciones de comercio internacional.
- ✓ Determinación de los documentos y trámites a realizar en las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición y los organismos donde se gestionan.

- ✓ Complimentación de los documentos que se requieren para llevar a cabo una importación/exportación y una introducción/expedición.
- ✓ Fiscalidad del comercio exterior y gestión de los impuestos y tributos que se recaudan en las aduanas.
- ✓ El comercio intracomunitario y el sistema Intrastat.

Como principio básico, la evaluación del módulo debe concretarse en un conjunto de acciones planificadas, en unos momentos determinados (inicial, continua, final) y con unas finalidades concretas (diagnostico, formativa-informativa, sumativa).

Asimismo, debe tenerse siempre presente, que la obtención del título debe ir unida a la acreditación, no sólo de la formación que le caracteriza, sino, también, y fundamentalmente, de la cualificación profesional que se establece y define en las diferentes unidades de competencia que fundamentan las enseñanzas del ciclo formativo. Es por esto por lo que, en todas las acciones emprendidas, referidas a la evaluación, en los diferentes momentos, y sea cual sea la finalidad que se persiga, deberán tenerse en cuenta dicha competencia.

Las actividades realizadas en la unidad didáctica de presentación de cada parte del recorrido, pueden servir para realizar una evaluación inicial que indique las características, intereses y necesidades del grupo y guíe posibles adaptaciones de la programación.

La resolución de casos prácticos y realización de proyectos incluidos en las actividades de aprendizaje pueden utilizarse como instrumento de evaluación. De esta manera, además de conocer cómo progresa el alumno o la alumna y el grupo en general, podrán detectarse las carencias y adoptar las medidas oportunas. En ambos casos, la información y resultados que se generen deberán tenerse en cuenta en el proceso evaluativo. Es obvio que, en determinados momentos, será necesario establecer pruebas individuales o exámenes de carácter tradicional.

En todo caso, los parámetros de calidad han de presidir la valoración de todas las acciones e introducirse dentro del proceso formativo en tres aspectos fundamentalmente: como referencia del “buen hacer” profesional y del desempeño de la profesión, como referencia para determinar el grado de adquisición de los aprendizajes por el alumnado y como referencia de evaluación del propio proceso de enseñanza-aprendizaje.

En lo que se refiere a la evaluación final, se deben tener en cuenta las siguientes directrices: los instrumentos evaluativos que se establezcan deben medir el logro de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación y, en consecuencia, deben evaluar los tres tipos de saberes logrados por el alumnado. Por lo tanto, si se decide establecer alguna prueba individual al final del módulo, se recomienda diseñarla con actividades análogas a las efectuadas durante el aprendizaje. Ahora bien, dichas actividades, se establecerán con variaciones, de tal manera que, permitan observar, en el alumnado, el nivel de logro alcanzado, en el dominio de las técnicas y su poder de transferencia a diferentes situaciones. Por otro, y a través de las explicaciones justificativas que el alumno o la alumna aporte para hacer frente a las variaciones, se evaluará el dominio cognitivo alcanzado y posibilitará evaluar la actitud reflejada en el desarrollo de dichas actividades.

Como se podrá observar, se tratará de evaluar el desarrollo de las capacidades establecidas, por medio de los tres saberes implicados en ellas. Las pruebas finales se deben asociar, inexcusablemente, a los datos de la evaluación formativa, es decir, a la





observación por parte del profesor o profesora de los progresos en los aprendizajes efectuados por el alumnado durante el desarrollo de las actividades de aprendizaje.

## Módulo Profesional 5

### SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Sistema de información de mercados</b>
Código:	0822
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	80 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	6
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
Objetivos generales:	2 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Analiza las variables del mercado y el entorno de la empresa u organización, valorando su incidencia en la actividad de la misma y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.

Criterios de evaluación:

- Se ha analizado la estructura y funcionamiento de los mercados en los que opera la empresa, identificando las variables que influyen en los mismos.
- Se ha analizado el impacto de las variables del microentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.
- Se han analizado los efectos de los factores del macroentorno en la actividad comercial de la empresa.
- Se han identificado las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.
- Se ha analizado la incidencia de los procesos de integración económica a nivel europeo e internacional, en la competencia de los mercados.
- Se han analizado las necesidades del consumidor o de la consumidora, y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.

- g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor o de la consumidora, analizando las variables internas y externas que influyen en el mismo.
- h) Se han definido diferentes estrategias comerciales, aplicando los principales métodos de segmentación de mercados según distintos criterios.

2. Configura un Sistema de Información de *Marketing* (SIM) para la toma de decisiones comerciales, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de *marketing*.
- b) Se han identificado los datos que son procesados y organizados por un Sistema de Información de *Marketing*.
- c) Se han analizado las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización.
- d) Se ha clasificado la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.
- e) Se han caracterizado los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones, tipos de datos y objetivos de cada uno de ellos.
- f) Se han clasificado los datos según la fuente de información de la que proceden.
- g) Se ha determinado la necesidad de realizar una investigación comercial, identificando las fases del proceso.
- h) Se han aplicado técnicas adecuadas para el tratamiento y organización de los datos, con el fin de transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización.
- i) Se han utilizado herramientas informáticas para el archivo e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, para su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada de manera ágil y rápida.

3. Diseña planes de trabajo para la obtención de información, definiendo los objetivos, las fuentes de información, los métodos y las técnicas aplicables para la obtención de los datos y el presupuesto necesario.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el problema u oportunidad de la empresa que se pretende investigar y se han formulado los objetivos de la investigación que se va a realizar.
- b) Se ha determinado el diseño o tipo de investigación que es necesario realizar, ya sea exploratoria, descriptiva o causal.
- c) Se ha elaborado el plan de trabajo, estableciendo el tipo de estudio, la información que hay que obtener, las fuentes de información, los instrumentos para la obtención de los datos, las técnicas de análisis y el presupuesto necesario.
- d) Se han identificado las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información, aplicando criterios de fiabilidad, representatividad y coste.
- e) Se han caracterizado los métodos de acceso más habituales a las fuentes de información secundaria internas y externas, motores de búsqueda *online* u otras.
- f) Se han diferenciado las técnicas de obtención de información primaria cualitativa, como son la entrevista en profundidad, la dinámica de grupos o la observación, entre otras, analizando sus características.

- g) Se han identificado las diferentes técnicas de obtención de información primaria cuantitativa, como son las encuestas, la observación, la experimentación o los paneles, entre otras, analizando sus características.
- h) Se han descrito las ventajas de los medios para la obtención de datos en papel (PAPI) o con apoyo de medios informáticos (CAPI, CATI, CAWI), tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la Web.
- i) Se han elaborado y probado diferentes tipos de cuestionarios para la realización de distintas modalidades de encuestas (personales, telefónicas, por correo y Web).

**4. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los distintos métodos de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población sobre la que se va a investigar, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- b) Se ha descrito el proceso de selección de la muestra, aplicando distintos métodos de muestreo aleatorio simple, sistemático, estratificado, por áreas o conglomerados, polietápico o por ruta aleatoria, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- c) Se ha analizado el proceso de muestreo, aplicando técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas o bola de nieve.
- d) Se han identificado las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en una investigación comercial.
- e) Se ha seleccionado el método de muestreo y se ha calculado el tamaño óptimo de la muestra, en función de la población objeto de estudio, el error de muestreo, el nivel de confianza deseado y el presupuesto asignado.
- f) Se ha elaborado el plan de trabajo de campo para la obtención de información primaria, determinando el tiempo y los recursos materiales y humanos necesarios, en función del medio y la forma de encuesta que se va a realizar (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros).
- g) Se ha programado el trabajo de campo, elaborando el cuaderno de campo y la hoja de ruta de cada encuestador, estableciendo el número de entrevistas que hay que realizar, la duración de las mismas y las indicaciones para la localización física y/o selección de las personas que se van a entrevistar.
- h) Se ha simulado la realización de la encuesta, según las instrucciones recogidas en cuaderno de trabajo de campo, con el fin de detectar posibles errores en el cuestionario y establecer las oportunas medidas correctoras.

**5. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos, y elabora un informe con los resultados, aplicando técnicas estadísticas y herramientas informáticas.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han tabulado y representado gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- b) Se han calculado las medidas estadísticas básicas de tendencia central, de dispersión de datos y las que representan la forma de la distribución.
- c) Se han aplicado técnicas de inferencia estadística para extrapolar los resultados de la muestra a la totalidad de la población, con un determinado grado de confianza y un determinado nivel de error muestral.

- d) Se han aplicado las medidas estadísticas básicas, para la obtención de información del mercado como tendencias de mercado, cuota de mercado u otras.
- e) Se han comparado los resultados estadísticos obtenidos en un determinado estudio con las hipótesis previamente formuladas en el mismo.
- f) Se han utilizado hojas de cálculo para el tratamiento y análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas.
- g) Se han elaborado informes comerciales con los resultados y conclusiones obtenidas del análisis estadístico y su relación con el objeto de estudio.
- h) Se han presentado los datos y resultados del estudio, convenientemente organizados en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.
- i) Se han incorporado los datos y resultados del estudio a una base de datos en el formato más adecuado para su posterior actualización, y para facilitar la consulta y recuperación de la información con rapidez y precisión.

### c) Contenidos básicos:

1. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DEL MERCADO Y DEL ENTORNO DE LA EMPRESA U ORGANIZACIÓN	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la estructura y funcionamiento de los mercados en los que opera la empresa, identificando las variables que influyen en los mismos.</li> <li>- Análisis del impacto de las variables del microentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.</li> <li>- Análisis de los efectos de los factores del macroentorno en la actividad comercial de la empresa.</li> <li>- Identificación de las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.</li> <li>- Análisis de la incidencia de los procesos de integración económica a nivel europeo e internacional en la competencia de los mercados.</li> <li>- Análisis de las necesidades del consumidor o consumidora, y clasificación, según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.</li> <li>- Identificación de las fases del proceso de compra del consumidor o consumidora, analizando las variables internas y externas que influyen en el mismo.</li> <li>- Definición de las diferentes estrategias comerciales, aplicando los principales métodos de segmentación de mercados según distintos criterios.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El mercado. Elementos que lo conforman. Funcionamiento.</li> <li>- Estructura del mercado: mercado actual y mercado potencial.</li> <li>- Límites del mercado.</li> <li>- Clases de mercados atendiendo a distintos criterios.</li> <li>- Macroentorno: económico, sociocultural, demográfico, tecnológico, medioambiental, político y legal.</li> <li>- Microentorno: competencia, suministradores, distribuidores e instituciones.</li> <li>- Instituciones nacionales e internacionales que influyen en los mercados.</li> <li>- Necesidades y comportamiento del consumidor o consumidora.</li> <li>- El proceso de compra del consumidor o consumidora. Fases y variables que intervienen.</li> <li>- Segmentación de mercados: o y criterios de segmentación.</li> <li>- Técnicas de aplicación de la segmentación en el diseño de</li> </ul>



	<p>estrategias comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El posicionamiento del producto y de la empresa en el mercado.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.</li> <li>- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.</li> </ul>

<b>2. CONFIGURACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE <i>MARKETING</i> (SIM)</b>	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de <i>marketing</i>.</li> <li>- Identificación de los datos que son procesados y organizados por un Sistema de Información de <i>Marketing</i>.</li> <li>- Análisis de las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización.</li> <li>- Clasificación de la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.</li> <li>- Caracterización de los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones, tipos de datos y objetivos de cada uno de ellos.</li> <li>- Clasificación de los datos según la fuente de información de la que proceden.</li> <li>- Determinación de la necesidad de realizar una investigación comercial identificando las fases del proceso.</li> <li>- Aplicación de las técnicas adecuadas para el tratamiento y organización de los datos, con el fin de transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización.</li> <li>- Utilización de herramientas informáticas para el archivo e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, para su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada de manera ágil y rápida.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La necesidad de información para la toma de decisiones en la empresa.</li> <li>- Tipos de información: según su naturaleza, su origen y su disponibilidad.</li> <li>- El Sistema de Información de <i>Marketing</i> (SIM). Características y finalidad.</li> <li>- Estructura del SIM. Subsistemas que lo integran y tipos de datos.</li> <li>- El tamaño de la empresa y el SIM.</li> <li>- La investigación comercial. Concepto y finalidad.</li> <li>- Aplicaciones de la investigación comercial.</li> <li>- El proceso metodológico de la investigación comercial. Fases del proceso.</li> <li>- Aspectos éticos de la investigación comercial. El código CCI/ESOMAR.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.</li> </ul>

### 3. DISEÑO DE PLANES DE TRABAJO PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición del problema u oportunidad de la empresa que se pretende investigar y formulación de los objetivos de la investigación a realizar.</li> <li>- Determinación del diseño o tipo de investigación que es necesario realizar, exploratoria descriptiva o causal.</li> <li>- Elaboración del plan de trabajo, estableciendo el tipo de estudio, la información a obtener, las fuentes de información, los instrumentos para la obtención de los datos, las técnicas de análisis y el presupuesto necesario.</li> <li>- Identificación de las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que faciliten la información, aplicando criterios de fiabilidad, representatividad y coste.</li> <li>- Caracterización de los métodos de acceso más habituales a las fuentes de información secundaria internas y externas, motores de búsqueda <i>online</i> u otras.</li> <li>- Diferenciación de las técnicas de obtención de información primaria cualitativa, como son la entrevista en profundidad, la dinámica de grupos o la observación, entre otras, analizando sus características.</li> <li>- Identificación de las diferentes técnicas de obtención de información primaria cuantitativa, como son las encuestas, la observación, la experimentación o los paneles, entre otras, analizando sus características.</li> <li>- Descripción de las ventajas de los medios para la obtención de datos en papel (PAPI) o con apoyo de medios informáticos (CAPI, CATI, CAWI), tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la Web.</li> <li>- Elaboración y comprobación de diferentes tipos de cuestionarios, para la realización de distintas modalidades de encuestas (personales, telefónicas, por correo, Web).</li> </ul>
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La definición del problema u oportunidad a investigar.</li> <li>- La determinación de los objetivos de la investigación:</li> <li>- Tipos de investigación: estudios exploratorios, descriptivos y experimentales.</li> <li>- Diseño y elaboración del Plan de Investigación Comercial.</li> <li>- Presupuesto y costes de la investigación comercial.</li> <li>- Fuentes de información: internas y externas, primarias y secundarias.</li> <li>- Métodos y técnicas de obtención de información secundaria.</li> <li>- Métodos y técnicas de obtención de información primaria.</li> <li>- Técnicas de investigación cualitativa: Entrevista en profundidad, dinámica de grupos, observación, otras.</li> <li>- Técnicas de investigación cuantitativa: encuestas, paneles (de consumidores y consumidoras, de detallistas, de audiencias), observación, experimentación.</li> <li>- El cuestionario. Metodología para su diseño.</li> <li>- Elementos y estructura del cuestionario.</li> </ul>
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.</li> <li>- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.</li> </ul>

4. DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características de los distintos métodos de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población a investigar, analizando sus ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Descripción del proceso de selección de la muestra, aplicando distintos métodos de muestreo aleatorio simple, sistemático, estratificado, por áreas o conglomerados, polietápico, por ruta aleatoria, analizando sus ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Análisis del proceso de muestreo, aplicando técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve.</li> <li>- Identificación de las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en una investigación comercial.</li> <li>- Selección del método de muestreo y cálculo del tamaño óptimo de la muestra en función de la población objeto de estudio, el error de muestreo, el nivel de confianza deseado y el presupuesto asignado.</li> <li>- Elaboración del plan de trabajo de campo para la obtención de información primaria, determinando el tiempo y los recursos materiales y humanos necesarios, en función del medio y la forma de encuesta a realizar (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI, CAWI, entre otros).</li> <li>- Programación del trabajo de campo, elaborando el cuaderno de campo y la hoja de ruta de cada encuestador, estableciendo el número de entrevistas a realizar, la duración de las mismas y las indicaciones para la localización física y/o selección de las personas a entrevistar.</li> <li>- Simulación de la realización de la encuesta, según las instrucciones recogidas en cuaderno de trabajo de campo, con el fin de detectar posibles errores en el cuestionario y establecer las oportunas medidas correctoras.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos básicos de muestreo: población, universo, marco muestral, unidades muestrales, muestra.</li> <li>- Muestreos aleatorios o probabilísticos.</li> <li>- Muestreos no probabilísticos.</li> <li>- Errores muestrales y no muestrales.</li> <li>- Factores que influyen en el tamaño de la muestra. Error de muestreo y nivel de confianza.</li> <li>- Cálculo del tamaño de la muestra.</li> <li>- Cálculo del error de muestreo.</li> <li>- Elaboración del plan de trabajo de campo. Fases del proceso.</li> <li>- Determinación del tiempo y los recursos materiales y humanos necesarios para el trabajo de campo, en función del medio y tipo de encuesta (PAPI, CAPI, CATI, CAWI).</li> <li>- Técnicas de programación del trabajo de campo.</li> <li>- La organización del trabajo de campo.</li> <li>- Técnicas de elaboración de la hoja de ruta de cada entrevistador o entrevistadora.</li> <li>- La Interpretación del cuestionario, para detectar posibles errores con relación a la estructura y conexión entre las preguntas, y establecer las oportunas medidas correctoras para corregir las desviaciones.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados.</li> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.</li> <li>- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.</li> </ul>

## 5. REALIZACIÓN DEL TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tabulación y representación gráfica de los datos obtenidos en la investigación comercial de acuerdo con las especificaciones recibidas.</li> <li>- Cálculo de las medidas estadísticas básicas de tendencia central, de dispersión de datos y las que representan la forma de la distribución.</li> <li>- Aplicación de técnicas de inferencia estadística para extrapolar los resultados de la muestra a la totalidad de la población, con un determinado grado de confianza y un determinado nivel, error muestral.</li> <li>- Aplicación de los estadísticos necesarios básicos: media, varianza, tasas de variación y/o tasas de comparación para la obtención de información del mercado, como tendencias de mercado, cuota de mercado u otras.</li> <li>- Comprobación de los resultados estadísticos obtenidos en un determinado estudio con las hipótesis previamente formuladas en el mismo.</li> <li>- Utilización de hojas de cálculo para el tratamiento y análisis de los datos, y cálculo de las medidas estadísticas.</li> <li>- Elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones obtenidas del análisis estadístico, y su relación con el objeto de estudio.</li> <li>- Presentación de los datos y resultados del estudio, convenientemente organizados en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.</li> <li>- Incorporación de los datos y resultados del estudio a una base de datos en el formato más adecuado para su posterior actualización, que facilite la consulta y recuperación de la información con rapidez y precisión.</li> </ul>
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización y tabulación de datos. Representación gráfica de los datos.</li> <li>- Análisis univariable y multivariable de datos.</li> <li>- Medidas de posición o tendencia central (media, mediana y moda).</li> <li>- Medidas de dispersión (varianza y desviación típica, recorridos y rango).</li> <li>- Medidas de forma de la distribución (asimetría y <i>kurtosis</i>).</li> <li>- Técnicas de análisis probabilístico. Estimación puntual y por intervalos.</li> <li>- Contraste de hipótesis.</li> <li>- Técnicas de inferencia estadística.</li> <li>- Regresión lineal y correlación simple. Ajuste de curvas.</li> <li>- Números índices.</li> <li>- Series temporales. Estimación de tendencias.</li> <li>- Aplicaciones informáticas para el tratamiento y análisis de la información: hojas de cálculo y bases de datos.</li> <li>- Informes comerciales con los resultados del análisis y las conclusiones de la investigación y estadístico de datos.</li> </ul>
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas.</li> <li>- Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo.</li> </ul>

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Los contenidos presentados están organizados en bloques de contenidos. Es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo, así como que no se ha de confundir “bloque de contenido” con “unidad didáctica”. Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional y que se considera debe formar parte del alumno o la alumna.

En este módulo se utilizan los tratamientos de texto, los gráficos, las bases de datos y las presentaciones de carácter general.

Se aconseja empezar con una unidad didáctica que situé al alumno o alumna, como futuro técnico o futura técnica de comercio internacional, en el ámbito en el que tendrá que desenvolverse, una visión general de los contenidos, tanto conceptuales como procedimentales y actitudinales, y su valoración de cara a la evaluación del módulo, y las relaciones con otros módulos del ciclo. Del mismo modo, se pretende familiarizar al alumno o alumna con materias e instrumentos que utilizara en su desarrollo profesional.

Una vez realizada la presentación del módulo, se secuenciarán los contenidos con el fin de obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados internacionales.

La secuenciación aconsejable de los contenidos para el proceso de aprendizaje, sigue la ordenación numérico de los bloques tal como figura.

### 2) Aspectos metodológicos

El principal sentido de los contenidos conceptuales se encuentra en construir una base para el desarrollo de los procedimientos. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo, como elaborar informes comerciales aplicando técnicas estadísticas a la información disponible en un SIM, configurando dicho sistema de información de mercados, obteniendo y analizando la información necesaria para la toma de decisiones en la actividad comercial de la empresa en el exterior.

Gran parte de los procedimientos señalados se situarán en presentaciones de supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del Centro, y en el análisis de otros casos que ayuden a entender la complejidad de los conceptos conceptuales. El objetivo es implicar al alumno o la alumna en la toma de decisiones, cada vez más complejas a medida que vaya adquiriendo nuevos conocimientos y se le pueda exigir una mayor responsabilidad.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura conceptual se cree conveniente realizarlo utilizando métodos expositivos y que, a su vez, permitan al alumnado intervenir, pudiendo analizar y valorar las situaciones presentadas, y permitiendo un aprendizaje dinámico.



Para motivar al alumno o la alumna, se ubicarán en su ciudad o provincia las empresas más significativas en relación a este módulo, visitando algunas de ellas y describiendo su funcionamiento general. Dado el carácter eminentemente práctico de este módulo, será conveniente contemplar actividades que vigoricen la motivación y el interés del alumno o alumna, realizando exposiciones y debates sobre las actividades realizadas.

Se recomienda que los bloques conceptuales que describen las aplicaciones informáticas se consensuen con los módulos de “**Comercio digital internacional**” y “**Transporte internacional de mercancías**”, donde se imparten en profundidad.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de obtención, tratamiento y análisis de la información necesaria para la toma de decisiones en la empresa, desempeñando las siguientes funciones:
  - Análisis del mercado y del entorno de la empresa.
  - Configuración de un Sistema de Información de Mercados (SIM).
  - Diseño del plan de trabajo de un proceso de investigación comercial.
  - Obtención de información secundaria de distintas fuentes de información internas y externas.
  - Elaboración de cuestionarios para la obtención de datos mediante encuestas.
  - Obtención de información primaria aplicando diferentes técnicas de investigación comercial.
  - Tratamiento, análisis y presentación de la información obtenida.
  - Elaboración de informes comerciales con las conclusiones del estudio.
  
- ✓ Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:
  - La obtención de información relevante para la empresa u organización.
  - El tratamiento y análisis de la información obtenida.
  - La elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones del análisis de datos realizado.
  
- ✓ Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:
  - Análisis de las variables y las instituciones que influyen en los mercados nacionales e internacionales.
  - Análisis del macro y microentorno de las empresas u organizaciones.
  - Segmentación de mercados aplicando distintos criterios.
  - Configuración de un Sistema de Información de Mercados (SIM)
  - Obtención de datos secundarios de diferentes fuentes de información.
  - Análisis de las distintas técnicas de obtención de información primaria.
  - Diseño y elaboración de cuestionarios para la realización de encuestas, utilizando herramientas informáticas.
  - Obtención, tratamiento y análisis de datos, aplicando técnicas estadísticas y aplicaciones informáticas.
  - Elaboración de informes comerciales, utilizando herramientas informáticas.
  - Desarrollo de las actitudes personales y profesionales necesarias para el futuro desempeño de la profesión.



## Módulo Profesional 6

### MARKETING INTERNACIONAL

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Marketing internacional</b>
Código:	0823
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	140 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	9
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del Plan de <i>Marketing</i> Internacional.
Objetivos generales:	3 / 4 / 14 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Determina la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior, evaluando las características comerciales de los productos, líneas y gamas de productos.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado las dimensiones de un producto o servicio, diferenciando entre línea, gama y familia.
- Se ha elaborado un informe mediante soporte informático, delimitando el campo de actividad y estableciendo la dimensión de los productos, servicios y marcas detectadas.
- Se han identificado los factores que definen la política de productos en mercados exteriores.
- Se han analizado las relaciones causales entre las variables de *Marketing Mix* en las distintas etapas del ciclo de vida del producto.
- Se han analizado las debilidades y fortalezas de una línea de productos en un determinado mercado exterior.
- Se han seleccionado los tipos de productos que se pueden utilizar en una estrategia de *marketing online*.

- g) Se han confeccionado informes, utilizando herramientas informáticas, evaluando la oportunidad de lanzamiento de un producto y el posible posicionamiento en un mercado exterior.

2. Diseña políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior, analizando las variables que componen e influyen en el precio de un producto.

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los métodos de fijación de precios, teniendo en cuenta el Incoterm y las distintas variables que determinan el precio del producto en el exterior.
- b) Se ha valorado la importancia y repercusión del tipo de cambio en la fijación del precio del producto y/o servicio en un mercado exterior.
- c) Se han identificado los costes más relevantes en la fijación de precios competitivos en el mercado y las fuentes que proporcionan información sobre los precios de la competencia.
- d) Se ha determinado la tendencia de los precios de un producto durante un número determinado de años, aplicando técnicas de regresión estadística y tasas de variación previstas.
- e) Se han analizado las estrategias de precios y canal de distribución de marcas o productos competidores en un determinado mercado.
- f) Se han comparado los precios de un producto o marca en un determinado mercado con los de la competencia, teniendo en cuenta los Incoterms correspondientes.
- g) Se han elaborado informes, utilizando las herramientas informáticas, sobre el análisis de la política de precios, para distintas categorías de productos que compiten en un determinado establecimiento o canal, en función de las variables de estudio: origen nacional, internacional, categoría, calidad y otras.

3. Selecciona la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado los tipos de canales de distribución internacional.
- b) Se han analizado las variables que influyen en los diferentes tipos de canales de distribución internacional.
- c) Se ha calculado el coste para la entrada de productos en un mercado exterior, considerando las variables que intervienen en un canal de distribución.
- d) Se ha seleccionado entre varios canales de distribución alternativos aquel que optimice tiempo y costes.
- e) Se ha definido una red de ventas exterior, propia, ajena o mixta, en un canal de distribución determinado.
- f) Se han clasificado los productos de una empresa comercial, en función de criterios de distribución comercial, costes de distribución y ventas.
- g) Se ha elaborado un informe sobre los problemas y oportunidades de los distintos productos de una empresa comercial en los distintos canales de distribución, utilizando aplicaciones informáticas.

4. Determina las acciones de comunicación comercial más adecuadas para la entrada en un mercado exterior, evaluando las posibles alternativas de comunicación y promoción internacional.

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado los medios, soportes y formas de comunicación comercial más utilizados en la práctica comercial internacional.
- b) Se han analizado los objetivos y elementos de la comunicación comercial con la clientela internacional.

- c) Se han aplicado las diferentes técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial, teniendo en cuenta las diferencias culturales internacionales.
- d) Se han analizado las diferencias entre publicidad y promoción en el contexto de apertura a mercados exteriores.
- e) Se ha seleccionado el medio de promoción, el contenido y forma del mensaje promocional, valorando la alternativa de comunicación *online*.
- f) Se han identificado los principales elementos de un sitio web comercial o de información, especificando sus características.
- g) Se han aplicado los métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional.
- h) Se han analizado los objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales.
- i) Se han analizado las ventajas de utilizar un Plan de *Marketing Online*, para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.

5. Elabora un Plan de *Marketing* Internacional, seleccionando la información de base o *briefing* de productos y relacionando entre sí las variables de *Marketing Mix*.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fases de planificación comercial de un Plan de *Marketing* Internacional.
- b) Se han analizado las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el *Marketing Mix* internacional.
- c) Se ha realizado un análisis estadístico, utilizando las herramientas informáticas, a partir de un Plan de *Marketing* Internacional convenientemente caracterizado.
- d) Se han definido las estrategias del Plan de *Marketing* del producto o servicio, a partir de la información disponible del SIM en los distintos mercados.
- e) Se han seleccionado los datos relacionados con un producto que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca.
- f) Se ha analizado la finalidad del *briefing* y los elementos que lo componen en el ámbito internacional.
- g) Se ha presentado la información del *briefing* en los soportes e idiomas requeridos, de forma estructurada y de acuerdo con las especificaciones de la organización, utilizando las herramientas informáticas.

### c) Contenidos básicos:

1. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE ENTRADA DE UN PRODUCTO EN EL MERCADO EXTERIOR	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las dimensiones de un producto o servicio diferenciando entre línea, gama y familia.</li> <li>- Elaboración de un informe en soporte informático, delimitando el campo de actividad y estableciendo la dimensión de los productos, servicios y marcas detectadas.</li> <li>- Identificación de los factores que definen la política de productos en los mercados exteriores.</li> <li>- Análisis de las relaciones causales entre las variables de <i>Marketing Mix</i> en las distintas etapas del ciclo de vida del producto.</li> <li>- Análisis de las debilidades y fortalezas de una línea de productos en un determinado mercado exterior.</li> <li>- Selección de los tipos de productos que se pueden utilizar en una estrategia de <i>marketing online</i>.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confección de informes, utilizando herramientas informáticas, evaluando la oportunidad del lanzamiento de un producto y el posible posicionamiento en un mercado exterior.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores y atributos de la política de productos y análisis del entorno del mercado en relación a la competencia internacional.</li> <li>- Relaciones causales de la gama de productos con las variables del <i>Marketing Mix</i>.</li> <li>- Análisis DAFO, BCG, ABC Y CVP.</li> <li>- Posicionamiento del producto, estrategias del producto y ventajas de la Internalización de la gama de productos.</li> <li>- Informe sobre oportunidades de lanzamiento de un producto y planificación del producto en un mercado exterior.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Participación solidaria en tareas del equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Mantenimiento de una actitud crítica hacia la fiabilidad del origen y contenido de la información.</li> </ul>

## 2. DISEÑO DE POLÍTICAS DE PRECIOS Y TARIFAS COMERCIALES EN UN MERCADO EXTERIOR

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de los métodos de fijación de precios, teniendo en cuenta el Incoterms y las distintas variables que determinan el precio del producto en el exterior.</li> <li>- Valoración de la importancia y repercusión del tipo de cambio en la fijación del precio del producto y/o servicios en un mercado exterior.</li> <li>- Identificación de los costes más relevantes en la fijación de precios competitivos en el mercado y las fuentes que proporcionan información sobre los precios de la competencia.</li> <li>- Determinación de la tendencia de los precios de un producto durante un número determinado de años, aplicando técnicas de regresión estadística y tasas de variación previstas.</li> <li>- Análisis de las estrategias de precios y canal de distribución de marcas o productos competidores en un determinado mercado.</li> <li>- Comparación de los precios de un producto o marca en un determinado mercado con los de la competencia, teniendo en cuenta los Incoterms correspondientes.</li> <li>- Elaboración de informes, utilizando las herramientas informáticas, sobre el análisis de la política de precios, para distintas categorías de productos que compiten en un determinado establecimiento o canal, en función de las variables de estudio: origen nacional, internacional, categoría, calidad y otras.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Métodos de fijación de precios.</li> <li>- Variables determinantes del precio del producto para la exportación: costes, Incoterms, divisas y tipo de cambio, márgenes, demanda y competencia.</li> <li>- Cálculo del precio del producto para la exportación a partir del escandallo de costes, utilizando diferentes Incoterms.</li> <li>- Políticas y factores de precios en mercados exteriores.</li> <li>- Estrategias y fijaciones de precios.</li> <li>- Tendencia de los precios.</li> </ul>

<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de las tareas.</li> <li>- Actitud positiva y confianza en la propia capacidad, así como empeño en aceptar responsabilidades, cooperando ante los problemas y adaptándose al cambio.</li> </ul>
----------------------	--

<b>3. SELECCIÓN DE LA FORMA MÁS ADECUADA DE ENTRADA EN UN MERCADO EXTERIOR</b>	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferencias de los tipos de canales de distribución internacional.</li> <li>- Análisis de las variables que influyen en los diferentes tipos de canales de distribución internacional.</li> <li>- Cálculo del coste para la entrada de productos en un mercado exterior, considerando las variables que intervienen en un canal de distribución.</li> <li>- Selección de entre varios canales de distribución alternativos de aquel que optimice tiempo y costes.</li> <li>- Definición de una red de ventas exterior, propia, ajena o mixta, en un canal de distribución determinado.</li> <li>- Clasificación de los productos de una empresa comercial, en función de criterios de distribución comercial, costes de distribución y ventas.</li> <li>- Elaboración de un informe, utilizando aplicaciones informáticas, sobre los problemas y oportunidades de los distintos productos de una empresa comercial en los distintos canales de distribución.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternativas y enfoques para operar en mercados internacionales, variables a considerar para entrar en un mercado exterior.</li> <li>- Modos de operación directos.</li> <li>- Modos de operación indirectos.</li> <li>- Modos de operación mixtos.</li> <li>- Coste de distribución en mercados exteriores y fabricación en mercados exteriores.</li> <li>- Selección, estrategias y análisis del canal de distribución más adecuado.</li> <li>- Red de ventas exterior, propia, ajena o mixta y logística en los mercados exteriores.</li> <li>- Clasificación de los productos asociada a la forma de distribución de los mismos.</li> <li>- Informe sobre las alternativas de distribución de los productos de una empresa.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de las tareas.</li> <li>- Actitud positiva y confianza en la propia capacidad, así como empeño en aceptar responsabilidades, cooperando ante los problemas y adaptándose al cambio.</li> <li>- Mantenimiento de una actitud crítica hacia la fiabilidad del origen y contenido de la información.</li> </ul>

<b>4. DETERMINACIÓN DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN COMERCIAL MÁS ADECUADAS EN LA ENTRADA A UN MERCADO EXTERIOR</b>	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferenciación de los medios, soportes y formas de comunicación comercial más utilizados en la práctica comercial internacional.</li> <li>- Análisis de los objetivos y elementos de la comunicación comercial con la clientela internacional.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación de las diferentes técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial, teniendo en cuenta las diferencias culturales internacionales.</li> <li>- Análisis de las diferencias entre publicidad y promoción en el contexto de apertura a mercados exteriores.</li> <li>- Selección del medio de promoción, el contenido y forma del mensaje promocional, valorando la alternativa de comunicación <i>online</i>.</li> <li>- Identificación de los principales elementos de un sitio web comercial o de información, especificando sus características.</li> <li>- Aplicación de los métodos para la asignación de recursos financieros y presupuestos de una campaña de comunicación internacional.</li> <li>- Análisis de los objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales.</li> <li>- Análisis de las ventajas de utilizar un Plan de <i>Marketing Online</i> para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas del <i>mix</i> de la comunicación.</li> <li>- Medios, soportes y formas de comunicación comercial en la práctica comercial internacional.</li> <li>- Objetivos y elementos de la comunicación comercial con la clientela internacional.</li> <li>- Técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial.</li> <li>- Medios de promoción, contenido y forma del mensaje promocional.</li> <li>- Comunicación <i>online</i> y elección de una estrategia de comunicación.</li> <li>- Métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional.</li> <li>- Objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales, y técnicas de promociones y ventas comerciales internacionales.</li> <li>- Plan de <i>Marketing Online</i> para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de las tareas.</li> <li>- Actitud positiva y confianza en la propia capacidad, así como empeño en aceptar responsabilidades, cooperando ante los problemas y adaptándose al cambio.</li> <li>- Mantenimiento de una actitud crítica hacia la fiabilidad del origen y contenido de la información.</li> </ul>

## 5. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE *MARKETING* INTERNACIONAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las fases de planificación comercial de un Plan de <i>Marketing</i> Internacional.</li> <li>- Análisis de las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el <i>Marketing Mix</i> internacional.</li> <li>- Realización de un análisis estadístico, utilizando las herramientas informáticas, a partir de un Plan de <i>Marketing</i> Internacional convenientemente caracterizado.</li> <li>- Definición de las estrategias del Plan de <i>Marketing</i> del producto o servicio, a partir de la información disponible del SIM en los distintos mercados.</li> <li>- Selección de los datos relacionados con un producto que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca.</li> <li>- Análisis de la finalidad del <i>briefing</i>, y los elementos que lo componen en el ámbito internacional.</li> <li>- Presentación de la información del <i>briefing</i>, en los soportes e idiomas</li> </ul>
-----------------	--



	requeridos, de forma estructurada, de acuerdo con las especificaciones de la organización, utilizando las herramientas informáticas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La internacionalización: motivos, obstáculos y etapas del proceso de internacionalización de la empresa</li> <li>- La planificación de <i>marketing</i>. Finalidad y objetivos.</li> <li>- Análisis de la situación. Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO. Análisis de las variables controlables e incontrolables de un Plan de <i>Marketing</i> Internacional (producto, precio, <i>place</i>, <i>promotion</i>, mercado y competencia).</li> <li>- Estrategias del Plan de <i>Marketing</i> del producto o servicio, a partir de la información disponible en el SIM sobre los distintos mercados.</li> <li>- El <i>briefing</i> del Plan de <i>Marketing</i> Internacional: estructura y elementos.</li> <li>- Presupuesto. Recursos financieros, humanos y tiempo.</li> <li>- Ejecución y control del Plan de <i>Marketing</i>.</li> <li>- Análisis estadístico de un Plan de <i>Marketing</i> Internacional convenientemente caracterizado.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de las tareas.</li> <li>- Participación solidaria en tareas del equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> </ul>

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Los contenidos presentados están organizados en bloques de contenidos. Es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo, así como que no se ha de confundir “bloque de contenido” con “unidad didáctica”. Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional, y que se considera debe formar parte del alumnado.

Se aconseja empezar con una unidad didáctica que ha de ser, fundamentalmente, de presentación y que ubique al alumnado, como técnico de comercio internacional, en el ámbito en el que tendrá que desenvolverse, sus actividades y relaciones con otros módulos del ciclo. Asimismo, es aconsejable seguir una secuenciación tal y como está establecida en los contenidos, aunque pudiera variarse el orden de dichos contenidos, pero, sería conveniente finalizar con un Plan de *Marketing* Internacional.

### 2) Aspectos metodológicos

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir un soporte para el desarrollo de los procedimientos. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a el alumnado se le va a presentar en el puesto de trabajo, como es el analizar la oportunidad de entrada más adecuada de un producto en un mercado exterior, el diseño de políticas adecuadas de precios en un mercado internacional, las acciones de comunicación comercial más



importantes en un mercado internacional, así como la forma más adecuada de elaborar un Plan de *Marketing* Internacional.

Gran parte de los procedimientos señalados se deben ubicar en supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del Centro, o en el estudio de casos cuyo grado de definición establecerá la complejidad de aquellos. El objetivo es implicar al alumnado en la toma de decisiones, gradualmente más complejas, a medida que vaya adquiriendo nuevos conocimientos y se le pueda exigir una mayor responsabilidad.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura conceptual, se aconseja realizarlo utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado, evitando, en lo posible, la utilización de métodos expositivos.

Para motivar al alumnado, se ubicarán en su ciudad o provincia las empresa más significativas en relación a este módulo, visitando alguna de ellas y describiendo su funcionamiento general. Será conveniente contemplar actividades que consoliden la motivación y el interés del alumnado, como realización de debates sobre actividades más importantes, perfil profesional, o incorporación al mundo laboral.

En el bloque conceptual denominado “Selección de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior” y, más concretamente, en el apartado “Plan de *Marketing Online* para el lanzamiento y difusión de nuevos productos”, es conveniente señalar que podrá ser desarrollado tanto en el módulo de “**Marketing internacional**” como en el de “**Comercio digital internacional**”, por lo que se recomiendan acciones de coordinación, para que los bloques conceptuales se desplieguen sin interferencias.

Se recomienda que los bloques conceptuales que describen las aplicaciones informáticas se consensuen con los módulos de “**Comercio digital internacional**” y “**Transporte internacional de mercancías**”, donde se imparten en profundidad.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Evaluación de oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior:
  - Definición de factores de la política de productos en mercados exteriores.
  - Análisis de las debilidades y fortalezas de una línea de productos.
- ✓ Análisis de las políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior:
  - Métodos de fijación de precios.
  - Repercusión del tipo de cambio.
  - Tendencia y evolución de precios.
- ✓ Selección de métodos adecuados de entrada en un mercado exterior:
  - Análisis los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.
  - Calculo de coste para la penetración de productos en el exterior.
- ✓ Determinación de las acciones de comunicación comercial para la entrada en un mercado exterior, evaluando las posibles alternativas de comunicación y promoción internacional.
- ✓ Elaboración de un Plan de *Marketing* Internacional:
  - Aplicación de técnicas de planificación comercial y definición de estrategias.
  - Selección de datos del producto.
  - Presentación del producto.

- ✓ Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:
  - Utilización de aplicaciones informáticas de carácter general y específico del sector.
  - Herramientas de gestión de estrategias de *marketing*.
  - Optimización de la información del SIM.
  - Mejora de las actitudes profesionales y personales de los futuros profesionales del sector.

## Módulo Profesional 7

### NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Negociación internacional</b>
Código:	0824
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	100 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	6
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacional de productos y servicios.
Objetivos generales:	5 / 6 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Selecciona clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras potenciales de las fuentes de información, analizando sus condiciones comerciales.

Criterios de evaluación:

- Se han utilizado las técnicas adecuadas de búsqueda y selección de clientela, y/o proveedores o proveedoras internacionales.
- Se han identificado los principales riesgos internos y externos en las operaciones comerciales internacionales, atendiendo a la rentabilidad y seguridad de la actuación comercial.
- Se han identificado los términos y condiciones comerciales que deben cumplir la clientela y/o proveedores internacionales.
- Se han seleccionado agentes, intermediarios o intermediarias, clientas o clientes, y/o proveedoras o proveedores corporativos, en función de los objetivos marcados por la organización.
- Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y clientas y/o proveedores y proveedoras internacionales, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con la clientela.

- f) Se han elaborado informes de la selección de clientes y clientas y/o proveedores y proveedoras internacionales, en soportes informáticos.
- g) Se han actualizado las bases de datos y los ficheros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, de forma periódica, según procedimientos basados en la seguridad y la confidencialidad.
- h) Se han identificado las partes que componen los pliegos de condiciones y las ofertas comerciales en los concursos y licitaciones internacionales.

2. Establece procesos de comunicación según los protocolos empresariales y costumbres del país, utilizando los medios y sistemas adecuados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacional.
- b) Se han identificado las principales normas de comunicación verbal y no verbal de las diversas culturas.
- c) Se han planificado las fases que componen una entrevista personal.
- d) Se han elaborado documentos escritos basados en propuestas de información por parte de un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora, en el que se observe el tratamiento adecuado al país.
- e) Se ha simulado una conversación telefónica con un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora, utilizando técnicas de comunicación adecuadas a la situación y al interlocutor o interlocutora.
- f) Se han elaborado documentos con los puntos clave que hay que tratar en una reunión con un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora,.
- g) Se han utilizado soportes informáticos o de nuevas tecnologías para la elaboración y transmisión de documentos comerciales.
- h) Se han utilizado las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los procesos de comunicación con operadores internacionales.

3. Diseña el proceso de negociación con clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, proponiendo los términos más ventajosos para la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores esenciales que conforman la oferta y demanda de productos y/o la prestación de servicios en operaciones internacionales.
- b) Se han programado las diferentes etapas del proceso de negociación en una operación de compraventa internacional.
- c) Se han utilizado las principales técnicas de negociación internacional en las operaciones de compraventa internacional.
- d) Se ha utilizado la terminología comercial habitual en el ámbito internacional en las operaciones de compraventa internacional.
- e) Se han conocido las características más relevantes de los negociadores de diferentes culturas.
- f) Se ha elaborado un plan para iniciar negociaciones en el que se tenga en cuenta la idiosincrasia, normas, protocolo y costumbres del país del cliente o clienta, y/o proveedor o proveedora.
- g) Se han definido los principales parámetros, y los límites máximos y mínimos que configuran una oferta presentada a la clientela internacional.
- h) Se han realizado informes que recojan los acuerdos de la negociación, utilizando programas y medios informáticos.

4. Interpreta la normativa y los usos habituales que regulan la contratación internacional, analizando su repercusión en las operaciones de comercio internacional.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes jurídicas que regulan la contratación internacional.
- b) Se ha caracterizado el valor jurídico de los convenios internacionales, de los organismos internacionales y de los usos uniformes en la contratación internacional.
- c) Se ha identificado la terminología jurídica utilizada y la normativa mercantil que regula los contratos internacionales de compraventa.
- d) Se han analizado las condiciones y obligaciones derivadas de la utilización de los Incoterms en las operaciones de comercio internacional.
- e) Se han identificado las partes y elementos de un contrato de compraventa internacional, diferenciando las cláusulas facultativas de las obligatorias.
- f) Se han caracterizado las teorías de derecho internacional que solucionan los conflictos derivados de las condiciones establecidas en los contratos internacionales.
- g) Se han valorado las ventajas de utilizar las cláusulas de arbitraje internacional en la resolución de conflictos de comercio internacional.
- h) Se han analizado las características generales que regulan los concursos y licitaciones internacionales.

**5. Elabora los contratos asociados a los procesos de negociación, aplicando la normativa, usos y costumbres internacionales.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los modelos documentales utilizados en la negociación de operaciones comerciales internacionales.
- b) Se han elaborado las cláusulas de un precontrato de una operación comercial internacional, aplicando la normativa de contratación internacional.
- c) Se han identificado los derechos y obligaciones derivados de la inclusión del incoterm acordado en el contrato de compra venta internacional.
- d) Se han identificado los distintos tipos de contratos mercantiles internacionales que se utilizan.
- e) Se han caracterizado los modelos documentales que representan los contratos mercantiles internacionales.
- f) Se ha confeccionado el contrato adecuado a la operación comercial internacional.
- g) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la redacción de las cláusulas tipo del contrato mercantil internacional.

**6. Planifica el desarrollo y el proceso de control de los acuerdos contractuales internacionales, obteniendo información de los agentes intervinientes.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha organizado el proceso de control de la fuerza de ventas / distribuidores / agentes comerciales, utilizando sistemas de comunicación e información.
- b) Se han identificado problemas, oportunidades y tendencias del mercado.
- c) Se han caracterizado los informes de clientes y clientas, proveedoras y proveedoras, prescriptores o prescriptoras, agentes comerciales y/o distribuidores, mediante programas informáticos.
- d) Se han elaborado ratios específicos de evolución y rentabilidad de las ventas, utilizando programas informáticos específicos.
- e) Se han elaborado planes de actuación que induzcan a la motivación, perfeccionamiento y metodología de la fuerza de ventas propia o de distribuidores.



- f) Se han definido los métodos relevantes de control en el desarrollo y ejecución de los procesos de comercialización internacional.
- g) Se ha definido el proceso de control que deben seguir los pedidos realizados por la clientela, utilizando sistemas y programas informáticos.
- h) Se ha definido el proceso de control que deben seguir los pedidos y servicios realizados a un proveedor o proveedora internacional, utilizando sistemas y programas informáticos.
- i) Se han identificado las incidencias más comunes que se pueden originar en los procesos de compraventa internacional.

### c) Contenidos básicos:

1. SELECCIÓN DE CLIENTELA Y/O PROVEEDORES Y PROVEEDORAS POTENCIALES	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización de las técnicas adecuadas de búsqueda y selección de clientela y/o proveedores o proveedoras internacionales.</li> <li>- Identificación de los principales riesgos internos y externos en las operaciones comerciales internacionales, atendiendo a la rentabilidad y seguridad de la actuación comercial.</li> <li>- Determinación de los términos y condiciones comerciales que deben cumplir la clientela y/o proveedores y proveedoras internacionales.</li> <li>- Selección de agentes, intermediarios, clientela y/o proveedoras o proveedores corporativos, en función de los objetivos marcados por la organización.</li> <li>- Confección de ficheros maestros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras internacionales a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con clientes.</li> <li>- Elaboración de informes, de la selección de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras internacionales en soportes informáticos.</li> <li>- Actualización de las bases de datos y los ficheros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras de forma periódica, según procedimientos basados en la seguridad y la confidencialidad.</li> <li>- Definición de las partes que componen los pliegos de condiciones y las ofertas comerciales en los concursos y licitaciones internacionales</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instrumentos promocionales de apoyo a la exportación. Públicos: planes PIPE, Fondos FAD- C.Comercio; ICEX. Privados: agentes, distribuidores; consultoras, Internet, correo, ferias, exposiciones comerciales, encuentros empresariales, misiones comerciales, y la visita personal.</li> <li>- Factores de riesgo internos: clientela y/o proveedor o proveedora. Flujos de ventas, compras, cobros, pagos, morosidad; en función de planes y programas.</li> <li>- Factores de riesgo externos: coyunturales y/o de mercado. Riesgo país, competencia, madurez y rentabilidad del mercado.</li> <li>- Licitaciones y concursos internacionales. Públicas y privadas; pliego de condiciones.</li> <li>- Selección de proveedores o proveedoras. Análisis del mercado, antigüedad, precios, calidad, modalidad de pago, entrega, servicio posventa, localización.</li> <li>- Selección de clientela. Análisis del mercado, antigüedad, solvencia, modalidad de cobro, entrega, servicio posventa, localización.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestar iniciativa en la realización y preparación de actividades.</li> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Mostrar claridad y precisión en la confección de los informes.</li> </ul>

## 2. ESTABLECIMIENTO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento de las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacional.</li> <li>- Identificación de las principales normas de comunicación verbal y no verbal de las diversas culturas.</li> <li>- Planificación de las fases que componen una entrevista personal.</li> <li>- Elaboración de documentos escritos, basados en propuestas de información por parte de un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora, en el que se observe el tratamiento adecuado al país.</li> <li>- Simulación de una conversación telefónica con un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora, utilizando técnicas de comunicación adecuadas a la situación y al interlocutor o interlocutora.</li> <li>- Elaboración de documentos con los puntos clave a tratar en una reunión con un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora.</li> <li>- Utilización de soportes informáticos o de nuevas tecnologías para la elaboración y transmisión de documentos comerciales.</li> <li>- Empleo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los procesos de comunicación con operadores internacionales.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes de información sobre comercio internacional. ICEX, oficinas comerciales en el exterior, cámaras comercio, instituciones autonómicas, asociaciones de exportadores, bancos, consultores, revistas especializadas. bases de datos. Internet.</li> <li>- Medios y sistemas de comunicación internacionales: teléfono, fax, Internet, redes de comunicación, correo, prensa, revistas, radio, televisión, cine. videoconferencias.</li> <li>- La comunicación verbal. Oral y escrita; competencia lingüística y comunicativa; técnicas de comunicación.</li> <li>- La comunicación no verbal. Gestos, expresión corporal, imágenes sensoriales. Técnicas de comunicación.</li> <li>- La entrevista. Objetivos, preparación, realización, resultados, análisis.</li> <li>- Protocolo internacional. Normas y tradiciones, costumbres, presentación de credenciales, organización de reuniones internacionales.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestar iniciativa en la realización y preparación de actividades.</li> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Mostrar claridad y precisión en la confección de los informes.</li> <li>- Preparar con esmero las reuniones y los documentos de trabajo, atendiendo a las características del emisor o emisora oy del receptor o receptora.</li> </ul>

## 3. DISEÑO DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTELA Y/O PROVEEDORES O PROVEEDORAS INTERNACIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los factores esenciales que conforman la oferta y demanda de productos y/o prestación de servicios en operaciones internacionales.</li> <li>- Programación de las diferentes etapas del proceso de negociación en una operación de compraventa internacional.</li> <li>- Utilización de las principales técnicas de negociación internacional en las operaciones de compraventa internacional.</li> <li>- Empleo de la terminología comercial habitual en el ámbito internacional en las operaciones de compraventa internacional.</li> <li>- Conocimiento de las características más relevantes de los</li> </ul>
------------------------	---

	<p>negociadores y negociadoras de diferentes culturas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de un plan para iniciar negociaciones, en el que se ha previsto la idiosincrasia, las normas, protocolo y costumbres del país del cliente o clienta y/o proveedor o proveedora.</li> <li>- Definición de los principales parámetros y límites máximos y mínimos que configuran una oferta presentada a clientes o clientas internacionales.</li> <li>- Realización de informes que recojan los acuerdos de la negociación, utilizando programas y medios informáticos.</li> <li>- Utilización de procesadores de texto y de presentaciones.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparación de la negociación internacional. Búsqueda de información, establecimiento de objetivos, preparación de estrategias y tácticas.</li> <li>- El margen de la negociación. Máximo deseable, mínimo necesario.</li> <li>- Desarrollo de la negociación internacional. Propuestas, argumentación y discusión.</li> <li>- Etapas del proceso de negociación. Preparación, discusión y desarrollo, cierre, acuerdos, resultados, y seguimiento.</li> <li>- Consolidación de la negociación internacional. OMC, uniones económicas, tratados de libre comercio, otras modalidades.</li> <li>- Técnicas de negociación internacional. Competitiva, cooperativa.</li> <li>- Estilos nacionales de negociación comercial en diferentes países: anglosajones, francés, alemán, nipón, chino, norteamericano, hispanoamericanos, árabes, etc.</li> <li>- Factores de éxito en una negociación internacional. Flexibilidad de horarios, preparación del viaje, estrategia y habilidad negociadora, usos y costumbres sociales, ritmo de negociación, actitud emprendedora, relaciones personales, tratamiento de la información, negociación sin acuerdo, seguimiento.</li> <li>- Programas de presentaciones gráficas.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestar iniciativa en la realización y preparación de actividades.</li> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Mostrar claridad y precisión en la confección de los informes.</li> </ul>

#### 4. INTERPRETACIÓN DE LA NORMATIVA Y USOS HABITUALES QUE REGULAN LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las fuentes jurídicas que regulan la contratación internacional.</li> <li>- Establecimiento del valor jurídico de los convenios internacionales, de organismos internacionales y de los usos uniformes en la contratación internacional.</li> <li>- Concreción de la terminología jurídica utilizada y la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa internacionales.</li> <li>- Análisis de las condiciones y obligaciones derivadas de la utilización de los Incoterms en las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Determinación de las partes y elementos de un contrato de compraventa internacional, diferenciando las cláusulas facultativas de las obligatorias.</li> <li>- Especificación de las teorías de derecho internacional que solucionan los conflictos derivados de las condiciones establecidas en los contratos internacionales.</li> <li>- Valoración de las ventajas de utilizar las cláusulas de arbitraje internacional en la resolución de conflictos de comercio internacional.</li> <li>- Análisis de las características generales que regulan los concursos y licitaciones internacionales.</li> </ul>
------------------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regulación de la compraventa internacional. UNCITRAL; Convenio de Viena 1980. OMC. Otras regulaciones.</li> <li>- Instrumentos de armonización: Lex Mercatum. Principios UNIDROIT 2004.</li> <li>- Reglas de la Cámara de Comercio Internacional (CCI). Reglas uniformes de cobranza (522-1995); reglas y usos uniformes de los créditos documentarios (500-1994); reglas uniformes para las fianzas contractuales (524); otras reglas.</li> <li>- Los Incoterms del 2010 de la CCI. Para cualquier modalidad de transporte; para transporte marítimo. Concepto y características generales, finalidad, responsabilidad del comprador o compradora y del vendedor o vendedora.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- El arbitraje internacional. La Corte Internacional de Arbitraje de París. Reglamento ADR.</li> </ul> </li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestar iniciativa en la realización y preparación de actividades.</li> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Mostrar claridad y precisión en la confección de los informes.</li> <li>- Rigor en la interpretación de las normas que regulan la contratación internacional.</li> </ul>

## 5. ELABORACIÓN DE CONTRATOS INTERNACIONALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los modelos documentales utilizados en la negociación de operaciones comerciales internacionales.</li> <li>- Elaboración del clausulado de un precontrato de una operación comercial internacional aplicando la normativa de contratación internacional.</li> <li>- Determinación de los derechos y obligaciones derivados de la inclusión del Incoterm acordado en el contrato de compraventa internacional.</li> <li>- Conocimiento de los distintos tipos de contratos mercantiles internacionales que se utilizan.</li> <li>- Caracterización de los modelos documentales que representan a los contratos mercantiles internacionales.</li> <li>- Confección del contrato adecuado a cada operación comercial internacional.</li> <li>- Utilización de aplicaciones informáticas en la redacción de las cláusulas tipo del contrato mercantil internacional.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El contrato de compraventa internacional. Concepto, reglamentación, forma, cláusulas básicas.</li> <li>- Los contratos de intermediación comercial. El contrato de agencia; el contrato de distribución.</li> <li>- Los contratos de cooperación empresarial: <i>joint-venture</i>; franquicia; licencia; <i>spin-off</i>; Agrupación de Interés Económico (AIE); Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE); Unión Temporal de Empresas (UTE).</li> <li>- El contrato de suministro. Adquisición por la administración, en forma sucesiva, de productos o bienes muebles; adquisición y arrendamiento de equipos y sistemas para el tratamiento de la información; los de fabricación. Contratos de suministro mercantil.</li> <li>- Los contratos de prestación de servicios y resultado. <i>Factoring</i>; <i>leasing</i>.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación mediante concursos o licitaciones internacionales. De obra, suministro y servicios. Bases de Licitación o Pliego de Condiciones.</li> </ul> </li> </ul>

actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestar iniciativa en la realización y preparación de actividades.</li> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Rigor en la interpretación de las normas que regulan la contratación internacional.</li> </ul>
---------------	--

## 6. PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO Y CONTROL DE LOS ACUERDOS CONTRACTUALES INTERNACIONALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización del proceso de control de la fuerza de ventas / distribuidores / agentes comerciales utilizando sistemas de comunicación e información.</li> <li>- Identificación de problemas, oportunidades y tendencias del mercado.</li> <li>- Caracterización de informes de clientes y clientas, proveedores y proveedoras, prescriptores y prescriptoras, agentes comerciales, y/o distribuidores y distribuidoras, mediante programas informáticos.</li> <li>- Elaboración de ratios específicos de evolución y rentabilidad de las ventas, utilizando programas informáticos específicos.</li> <li>- Confección de planes de actuación que induzcan a la motivación, perfeccionamiento y metodología de la fuerza de ventas propia o de distribuidores.</li> <li>- Definición de los métodos relevantes de control en el desarrollo y ejecución de los procesos de comercialización internacional.</li> <li>- Establecimiento del proceso de control que deben seguir los pedidos realizados por la clientela, utilizando sistemas y programas informáticos.</li> <li>- Concreción del proceso de control que deben seguir los pedidos y servicios realizados a un proveedor o proveedora internacional, utilizando sistemas y programas informáticos.</li> <li>- Identificación de las incidencias más comunes que se pueden originar en los procesos de compraventa internacional.</li> </ul>
-----------------	--

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La organización de las operaciones en compraventa internacional. Por Divisiones, por áreas geográficas, por productos, otros métodos. Canales de comunicación.</li> <li>- Técnicas de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas. Incentivos, metas, objetivos, promoción.</li> <li>- Ratios de control de operaciones internacionales. Rentabilidad por división, área geográfica, por productos. Otros métodos. Desviación en los objetivos.</li> <li>- Control de calidad de operaciones internacionales. Canales de venta y comercialización de productos y servicios. Devoluciones, reclamaciones, anulaciones. Otros métodos.</li> <li>- Sistemas de información y control de incidencias en operaciones de control internacional. Bases de datos por clientes y por proveedores. Otros criterios.</li> </ul>
--------------	---

actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajar en equipo, haciendo con eficacia las tareas que se asignen.</li> <li>- Mostrar claridad y precisión en la confección de los informes.</li> <li>- Preparar con esmero las reuniones y los documentos de trabajo, atendiendo a las características del emisor o emisora, o del receptor o receptora.</li> <li>- Rigor en la interpretación de las normas que regulan la contratación internacional.</li> </ul>
---------------	--



## d) Orientaciones metodológicas

### 1) Secuenciación

Los contenidos que se presentan a continuación están organizados en bloques de contenidos. Es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como la referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo, así como que no se ha de confundir "bloque de contenido" con "unidad didáctica". Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible para la comunidad, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional y que se considera debe formar parte de la cultura adquirida por el alumnado al finalizar el módulo.

Dado que la presentación de los bloques de contenido responde a criterios de explicación de la cultura profesional correspondiente a la "**Negociación internacional**", no debe seguirse estrictamente en los procesos de formación, sino, por el contrario, establecer un recorrido didáctico, de acuerdo con el tipo de contenido organizador seleccionado, más atento a criterios de logro de las capacidades y asimilación de los contenidos por parte del alumnado.

**El perfil profesional de este módulo se fundamenta** en funciones básicas relacionadas con la política de negociación internacional, lo que conlleva la utilización correcta de las técnicas de comunicación, la identificación y selección de mercados de clientela o proveedores y proveedoras potenciales, así como el establecimiento de relaciones con ellos, de acuerdo a criterios y objetivos comerciales y económicos que la organización empresarial tiene establecidos, negociar determinados aspectos contractuales, gestionar el precontrato de compraventa internacional, hasta que cierre la negociación con la firma del precontrato, cumpliendo, siempre, la normativa internacional aplicable.

**Se aconseja empezar con una unidad didáctica inicial** que ha de ser, fundamentalmente, de presentación de los contenidos y de los objetivos que se pretenden adquirir en este módulo. El alumnado entiende, de esta forma, la importancia que tiene la **compraventa internacional** en el conjunto de actividades que realiza la empresa, sus objetivos, el entorno en que se desenvuelve y realiza sus actividades económicas, y la posibilidad de expansión que le brindan los mercados internacionales. Aspectos fundamentales, en un Técnico Superior de Comercio Internacional.

Este módulo tiene una **interfase** con el de "**Transporte internacional**" en el ámbito de los **Incoterms**. Se recomienda realizar una coordinación entre ambos módulos, que se imparten en distintos cursos, habilitando los contenidos conceptuales necesarios para poder realizar la actividad en el aula.

Dada la necesidad de su uso procedimental, en el módulo de "**Transporte internacional**", se recomienda consensuar una visión general de los mismos (visionado de videos explicativos a modo introductorio) y conocimiento, uso y manejo de la tabla de Incoterms, a fin de aplicar el que mejor se adapte a la operativa o caso práctico que es objeto de tratamiento o estudio.

### 2) Aspectos metodológicos

A la hora de abordar los contenidos del presente módulo, se considera conveniente estructurarlos en base a un **contenido organizador**: "La negociación y ejecución de las operaciones de contratación mercantil internacional de productos y servicios". Este contenido organizador posibilita encadenar los distintos procedimientos implicados en el



módulo y, de este modo, constituir la estructura base a partir de la cual sea posible programar actividades de enseñanza y de evaluación, integrando en ellas los contenidos conceptuales y actitudinales convenientes.

**El alumnado** tiene que encontrar una conexión fluida entre los contenidos conceptuales y los procedimentales, empleándose tanto los métodos expositivos como los de carácter práctico en la resolución de actividades relacionadas con los bloques de contenidos, siguiendo, en cada caso, una progresividad en su profundización, análisis y aprendizaje, favoreciendo los procesos lógicos de comprensión.

**La consecución de los objetivos** de este módulo se consiguen utilizando elementos de referencia documental contextualizado, como son los libros con contenidos acordes a las capacidades a adquirir, las fuentes de información más próximas que se encuentra a su disposición en prensa, revistas, revistas especializadas, o utilizando Internet como instrumento y medio en la localización útil y actualizada de los datos y referencias que consoliden su capacitación, posibilitando al alumno tomar parte activa en su proceso de aprendizaje, realizando actividades prácticas en cada una de las diferentes unidades didácticas.

Debido a la **situación tan cambiante** en los métodos y sistemas de comunicación, comercialización y venta de los productos y servicios, como consecuencia de la globalización. Nos parece adecuado el empleo de todo tipo de comunicación (oral, escrito, a través de Internet, medios audiovisuales, etc.), que proporcionen amplitud de contenidos y técnicas de comunicación.

En la realización de **actividades prácticas** o de simulación, se puede desarrollar aquellas que supongan trabajos de carácter individual o colectivo, estimulando el trabajo en equipo y organizado, acorde a las necesidades cada vez más concretas en el ámbito empresarial. Estos aspectos se pueden favorecer con el análisis y estudio del entorno empresarial donde se desenvuelve habitualmente el alumno o alumna, realizando visitas a las empresas más significativas, y participando en eventos de comunicación y de *marketing*.

Se recomienda que los bloques conceptuales que describen aplicaciones informáticas, se consensuen con los módulos **“Comercio digital internacional”** y **“Transporte internacional de mercancías”**, donde se impartirán en profundidad, evitando, de esta manera, las interfases.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la negociación y ejecución de las operaciones de contratación mercantil internacional de productos y servicios, que se pueden incluir en las actividades prácticas o de simulación, tales como:

- ✓ Identificación de clientes y clientas, agentes, y proveedores y proveedoras potenciales, que sean necesarios para conseguir los objetivos comerciales de la empresa:
  - Aplicación de técnicas de búsqueda y selección de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras internacionales.
  - Identificación de las condiciones comerciales para clientela y/o proveedores o proveedoras.
  - Elaboración de informes de la selección y creación de bases de datos.
- ✓ Contacto y relación con la clientela, agentes y proveedores o proveedoras, según las características, costumbres y protocolos empresariales internacionales:
  - Aplicación de nuevas tecnologías de la información y comunicación en los procesos de comunicación con operadores internacionales.

- Elaboración de documentos escritos basados en propuestas de información por parte de un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora, en el que se observe el tratamiento adecuado al país.
  - Elaboración de documentos con los puntos clave a tratar en una reunión con un cliente o clienta, agente, o proveedor o proveedora.
- ✓ Participación en los procesos de negociación de los contratos internacionales:
- Identificado los factores esenciales que conforman la oferta y demanda.
  - Programación del proceso de negociación.
  - Definición de los parámetros y los límites máximos y mínimos que configuran una oferta internacional.
  - Realización de informes sobre los acuerdos de la negociación, utilizando programas informáticos.
- ✓ Interpretación de la normativa mercantil y terminología jurídicas utilizadas que regulan los contratos internacionales de compraventa:
- Análisis de las características generales que regulan los concursos y licitaciones.
  - Análisis de las condiciones y obligaciones del empleo de los Incoterms.
  - Identificación de las partes y elementos de un contrato de compraventa internacional, diferenciando las cláusulas facultativas de las obligatorias.
  - Valoración del empleo de cláusulas de arbitraje internacional en la resolución de conflictos.
- ✓ Elaboración de los contratos y documentos accesorios necesarios, cumpliendo con la normativa contractual internacional:
- Elaboración de modelos documentales utilizados en la negociación de operaciones comerciales internacionales.
  - Redacción de cláusulas de precontrato.
  - Confección de contrato adecuado a la operación comercial internacional, empleando aplicaciones informáticas.
- ✓ Control y supervisión del desarrollo, y cumplimiento de las condiciones pactadas en los contratos mercantiles internacionales:
- Elaboración del proceso de control de la fuerza de ventas / distribuidores / agentes comerciales.
  - Identificación de oportunidades y tendencias del mercado.
  - Elaboración de informes de clientes y clientas, proveedores y proveedoras, prescriptores y prescriptoras, agentes comerciales y/o distribuidores, mediante programas informáticos.
  - Elaboración de ratios específicos de evolución y rentabilidad de las ventas.
  - Planificación del proceso de control de pedidos realizados por la clientela, utilizando sistemas y programas informáticos.
  - Definición del proceso de control de pedidos y servicios realizados a un proveedor o proveedora internacional, utilizando sistemas y programas informáticos.
  - Comprobación de las condiciones pactadas e identificación de incidencias.

## Módulo Profesional 8

### FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Financiación internacional</b>
Código:	0825
Ciclo formativo	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	100 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	7
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Módulo asociado a la unidad de competencia: UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
Objetivos generales:	8 / 9 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Establece un sistema de información eficaz que sirva de apoyo en las operaciones de financiación internacional, utilizando las herramientas informáticas adecuadas.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado las principales fuentes que pueden proporcionar la información que se requiere en las operaciones de financiación internacional.
- Se ha obtenido información a través de las páginas web de diferentes organismos, y se ha elaborado una base de datos que sirva de apoyo a las distintas operaciones de comercio internacional y su financiación.
- Se ha establecido el sistema y las técnicas de archivo para la organización de la información y documentación que se genera en las operaciones de compraventa internacional.
- Se han identificado los organismos e instituciones competentes para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación.
- Se han identificado las fuentes primarias de financiación bancaria, tanto multinacionales como regionales y estatales, y las fuentes secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.

- f) Se han confeccionado los ficheros maestros de clientes y clientas, y de proveedores y proveedoras, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con la clientela.
- g) Se ha realizado el mantenimiento de la base de datos de clientes y clientas, y de proveedores y proveedoras potenciales, y se han elaborado informes a partir de la misma.

2. Analiza el funcionamiento del mercado de divisas y las variables que influyen en el mismo, valorando las repercusiones que puede tener el comportamiento del mercado en las operaciones de compraventa internacional.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el funcionamiento del mercado de divisas, los elementos que lo conforman, las variables que influyen en el mismo y la determinación del precio o tipo de cambio de una divisa respecto a otras.
- b) Se ha identificado e interpretado la normativa que regula el funcionamiento del mercado de divisas.
- c) Se ha diferenciado el mercado de divisas al contado y a plazo, distinguiendo los tipos de cambio *spot* y *forward*.
- d) Se han analizado las características fundamentales del Euromercado y los segmentos de actividad en los que opera.
- e) Se han analizado las variables que inciden en las fluctuaciones de los tipos de cambio de las distintas divisas.
- f) Se ha obtenido y analizado información sobre el mercado de divisas, interpretando y utilizando la terminología específica.
- g) Se han analizado las implicaciones que pueden tener las fluctuaciones en el tipo de cambio y en el tipo de interés de una divisa, sobre las operaciones de comercio internacional.

3. Caracteriza el sistema de gestión del riesgo de cambio y el riesgo de interés en las operaciones de comercio internacional, aplicando, en cada caso, los mecanismos de cobertura más adecuados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los riesgos y costes que se generan al instrumentar el pago/cobro y la financiación de las operaciones de comercio internacional en una determinada divisa, como consecuencia de las fluctuaciones en el tipo de cambio y en el tipo de interés de la divisa.
- b) Se han valorado las ventajas del seguro de cambio como forma de cobertura del riesgo de cambio de una divisa y se ha calculado su coste utilizando la aplicación informática adecuada.
- c) Se han evaluado otras formas de cobertura del riesgo de cambio, analizando sus ventajas e inconvenientes y calculando los costes financieros mediante la aplicación informática adecuada.
- d) Se han valorado distintas formas de cobertura del riesgo de tipo de interés, analizando sus ventajas e inconvenientes y calculando los costes financieros mediante la aplicación informática adecuada.
- e) Se ha establecido el procedimiento, la documentación y los trámites que hay que realizar para contratar con la entidad financiera, en tiempo y forma, la fórmula de cobertura del riesgo más favorable para la empresa.
- f) Se han utilizado sistemas de intercambio de datos internacionales como Swif, EDI y otros, para hacer más efectivas y seguras las comunicaciones relativas a la documentación financiera.

- g) Se han manejado las herramientas informáticas de los distintos proveedores y proveedoras para la tramitación y gestión integrada del riesgo de cambio, de acuerdo con las necesidades de la empresa.

4. Determina la forma de financiación adecuada en las operaciones de compraventa internacional, analizando las distintas modalidades de crédito, teniendo en cuenta la forma de pago/cobro, y valorando los costes y riesgos que generan.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes primarias y secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.
- b) Se han evaluado las distintas formas de financiación de las importaciones, analizando sus ventajas e inconvenientes y determinando en cada caso los riesgos y costes financieros que generan.
- c) Se han diferenciado las distintas modalidades de créditos que se pueden utilizar en una operación de exportación o venta internacional, en la misma divisa de facturación y en distinta divisa, calculando, en cada caso, los riesgos y costes financieros que generan.
- d) Se han interpretado los principales usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional.
- e) Se han caracterizado otras formas de financiación de las exportaciones y proyectos internacionales, como *factoring*, *forfaiting*, *leasing* y *project finance*, entre otros.
- f) Se ha gestionado la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de importación y exportación de productos y/o servicios.
- g) Se han calculado los costes financieros y se ha elaborado el cuadro de amortización de préstamos utilizando la aplicación informática adecuada.

5. Gestiona la obtención de financiación con apoyo oficial a la exportación, aplicando la normativa reguladora y elaborando la documentación necesaria.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha interpretado y analizado la normativa que regula los créditos oficiales a la exportación.
- b) Se han evaluado las distintas modalidades de crédito oficial a la exportación, teniendo en cuenta el país de destino, los bienes y servicios financiables y los requisitos que se exigen, y se ha seleccionado la más conveniente.
- c) Se ha calculado la base máxima financiable, los intereses a pagar y las cuotas de amortización del préstamo, utilizando la aplicación informática adecuada.
- d) Se ha elaborado la documentación que se requiere para la solicitud de un crédito oficial.
- e) Se han realizado los cálculos oportunos para el ajuste de intereses, de acuerdo con lo establecido en el Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI), utilizando la hoja de cálculo.
- f) Se han diferenciado los distintos tipos de créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD), los requisitos y criterios de concesión de los mismos, y la documentación que hay que presentar para su solicitud.

6. Elabora la documentación necesaria para participar en concursos o licitaciones internacionales, interpretando las normas de los organismos convocantes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las normas y reglamentos de organismos de financiación internacionales que regulan las licitaciones y concursos internacionales de proyectos.

- b) Se han identificado los organismos e instituciones convocantes de proyectos, tanto internacionales, como europeos, nacionales, regionales y locales.
- c) Se ha seguido el procedimiento de adjudicación de proyectos, analizando los requisitos que se exigen y las distintas fases del proceso.
- d) Se han identificado las fianzas, avales y garantías que se exigen para participar en una licitación o concurso internacional.
- e) Se han identificado los organismos que facilitan financiación para acudir al concurso o licitación internacional.
- f) Se ha cumplimentado el formulario de oferta y se ha preparado la documentación técnica y administrativa que se requiere para la participación en una licitación o concurso internacional.

7. Selecciona la cobertura adecuada de los posibles riesgos en las operaciones de venta internacional, evaluando las distintas pólizas de seguro de crédito a la exportación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los riesgos más habituales en las operaciones de comercio internacional.
- b) Se han identificado los principales mecanismos, públicos y privados, para la cobertura de riesgos en las operaciones internacionales.
- c) Se ha caracterizado el contrato de seguro de crédito a la exportación, analizando las operaciones asegurables, la prima y las entidades que intervienen en el contrato.
- d) Se han descrito las funciones y competencias de la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE).
- e) Se han evaluado las distintas modalidades de pólizas de seguro de crédito a la exportación, analizando las condiciones, los riesgos que cubren, el ámbito de aplicación y el coste de la prima.
- f) Se ha preparado la documentación que se requiere para la gestión y contratación de una póliza CESCE.
- g) Se ha establecido el procedimiento de actuación, en caso de siniestro, y la indemnización por daños.

c) Contenidos básicos:

### 1. ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de las principales fuentes de información necesarias en las operaciones de financiación internacional.</li> <li>- Obtención de información extraída de las páginas web de organismos y elaboración de una base de datos que sirva de apoyo a las operaciones de comercio internacional y su financiación.</li> <li>- Establecimiento de un sistema de archivo de organización de la información y documentación generada en las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Identificación de organismos e instituciones para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación.</li> <li>- Identificación de las fuentes primarias de financiación bancaria a nivel multinacional, regional y estatal, y las fuentes secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.</li> <li>- Elaboración de ficheros de clientes y clientas, y proveedores y proveedoras, a partir de una aplicación informática de gestión.</li> <li>- Realización de un mantenimiento de la base de datos de clientes y clientas, y proveedores y proveedoras, y elaboración de informes a</li> </ul>
-----------------	--



	partir de la misma.
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organismos y entidades que suministran información sobre las fuentes de financiación de las operaciones de comercio internacional. Instituciones financieras internacionales; el Fondo Monetario Internacional; Banco Mundial; Banco Internacional de Desarrollo.</li> <li>- Principales organismos internacionales y servicios prestados por cada uno de ellos.</li> <li>- Base de datos de los organismos que dan apoyo financiero y ayudas y subvenciones a las ventas internacionales. Distintos tipos de ayudas, requisitos y trámites a llevar a cabo. Características y alcance de las distintas ayudas financieras.</li> <li>- Clientela y proveedores o proveedoras potenciales. Información económica y financiera de dichos clientes y clientas. Clasificación por niveles de riesgo (país, solvencia, sector económico...)</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Capacidad de trabajo en equipo, participando activamente y respetando el trabajo de todos los miembros de dicho equipo.</li> <li>- Habilidad para explotar, al máximo, las capacidades personales de cara a aportar el máximo potencial al grupo.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

## 2. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO DE DIVISAS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción del funcionamiento del mercado de divisas, los elementos que lo conforman, las variables que influyen en el mismo y la determinación del precio o tipo de cambio de una divisa respecto de otras.</li> <li>- Manejo e identificación de la normativa que regula el funcionamiento del mercado de divisas.</li> <li>- Diferenciación clara del mercado de divisas al contado y a plazo, y distinción de los tipos de cambio <i>spot</i> y <i>forward</i>.</li> <li>- Análisis de las características fundamentales del Euromercado y los segmentos de actividad en los que opera.</li> <li>- Análisis de las variables que inciden en las fluctuaciones de los tipos de cambio de las distintas divisas.</li> <li>- Obtención y análisis de la información relativa al mercado de divisas; utilización de la terminología específica.</li> <li>- Análisis de las implicaciones que pueden tener las fluctuaciones de los tipos de cambio y del tipo de interés de las divisas sobre las operaciones de comercio internacional.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El sistema financiero internacional. Concepto; instituciones que conforman el sistema financiero; entes reguladores y de control. Componentes y funcionamiento; el Fondo Monetario Internacional.</li> <li>- Estructura del mercado de divisas o mercado FOREX: organismos y entidades que participan en el mercado de divisas; normativa reguladora del mercado.</li> <li>- Funcionamiento del mercado de divisas: Introducción. Concepto de "divisa" y billete de banco. Entorno Unión Monetaria Europea. La formación del tipo de cambio al contado. Tipo de interés de las divisas. El Euromercado. El mercado de divisas a plazo. Divisas convertibles y no convertibles. La oferta y demanda de divisas. El</li> </ul>

	<p>precio o tipo de cambio. Tipos de compra y de venta, las comisiones bancarias. Factores que influyen en las variaciones del tipo de cambio de las monedas. Tipo de cambio y tipo de interés de una divisa (el LIBOR y el EURIBOR).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de transacciones en el mercado FOREX.</li> <li>- Los euromercados.</li> <li>- Organismos financieros internacionales. Introducción. Los Bancos Regionales de Desarrollo. El Banco Europeo de Desarrollo. Instrumentos financieros. Instituciones Financieras Multilaterales.</li> <li>- El sistema monetario europeo. La Unión Monetaria. Introducción. Antecedentes. Elementos característicos de la Unión Monetaria. La moneda única.</li> <li>- Instituciones monetarias europea. Órganos de gobierno. Funciones. La política monetaria única.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Soltura a la hora de encontrar posibles soluciones a los problemas financieros derivados de las operaciones internacionales.</li> <li>- Capacidad de trabajo en equipo, participando activamente y respetando el trabajo de todas y todos los miembros de dicho equipo.</li> <li>- Habilidad para explotar, al máximo, las capacidades personales de cara a aportar el máximo potencial al grupo.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

### 3. GESTIÓN Y COBERTURA DEL RIESGO DE CAMBIO Y DEL RIESGO DE INTERÉS EN LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de los riesgos y costes de la financiación de las operaciones de comercio internacional, instrumentadas en divisa diferente a la propia y derivados de las fluctuaciones en los tipos de cambio y en el tipo de interés de dicha divisa.</li> <li>- Valoración de las ventajas de utilizar el seguro de cambio como instrumento de cobertura del riesgo de cambio, y cálculo del coste de dicho seguro, utilizando, para ello, la aplicación informática adecuada.</li> <li>- Valoración de otras formas de cobertura del riesgo de cambio tales como opciones de compra y venta de divisas. Cálculo del coste de utilización de dichas coberturas y análisis de sus ventajas e inconvenientes, utilizando para ello la aplicación informática adecuada.</li> <li>- Establecimiento del procedimiento a seguir para contratar con la entidad financiera la fórmula de cobertura del riesgo más favorable para la empresa. Conocimiento de la documentación a presentar y de los trámites necesarios.</li> <li>- Utilización de sistemas de intercambio de datos internacionales para hacer más efectivas y seguras las comunicaciones relativas a documentación financiera.</li> <li>- Manejo de herramientas informáticas de los distintos proveedores y proveedoras para la tramitación y gestión integrada del riesgo de cambio, de acuerdo con la necesidades de la empresa.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los riesgos en el comercio internacional: comerciales, financieros, políticos.</li> <li>- El riesgo de cambio de una divisa. Factores de riesgo. Características. Ventajas e inconvenientes para el exportador o exportadora.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cobertura del riesgo de cambio. El seguro de cambio. Opciones de compra y venta de divisas. Terminología utilizada en este tipo de operaciones.</li> <li>- Mecanismos de cobertura del riesgo de cambio. Productos ofrecidos por las entidades financieras como cobertura del riesgo de cambio; costes, ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Mecanismos de cobertura del riesgo de interés de la divisa. Instrumentos de cobertura de dicho riesgo, características, costes, ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Cálculo de los costes financieros reales de cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés, utilizando la aplicación informática adecuada.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Soltura a la hora de encontrar posibles soluciones a los problemas financieros derivados de las operaciones internacionales.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

#### 4. DETERMINACIÓN DE LA FINANCIACIÓN ADECUADA DE LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL, Y CÁLCULO DE COSTES FINANCIEROS Y RIESGOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación y análisis de las fuentes primarias y secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones. Mecanismos generales de financiación. Instrumentos de uso más frecuente en financiación internacional.</li> <li>- Análisis y estudio pormenorizado de los distintos instrumentos de financiación de las importaciones, ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos, riesgos derivados de los mismos y costes financieros que generan.</li> <li>- Análisis de las distintas modalidades de crédito que se pueden utilizar en las operaciones de venta internacional o exportaciones en la misma divisa de facturación y en distinta divisa, calculando, en cada caso, los riesgos y costes financieros. Adelanto a cambio provisional, contratación de un seguro de cambio y adelanto en el cobro del mismo. Cálculo del coste financiero real en cada caso. Necesidades de financiación de las empresas fabricantes y de las empresas comercializadoras.</li> <li>- Principales usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional. Normas internacionales, documentación, funcionamiento.</li> <li>- Análisis de otras formas de financiación de las exportaciones y proyectos internacionales. Productos ofrecidos por las entidades financieras: <i>factoring</i>, <i>forfaiting</i>. Funcionamiento de cada uno de ellos, costes para el exportador, ventajas e inconvenientes de la utilización de los mismos como instrumentos de financiación, y, también, de cobertura del riesgo comercial.</li> <li>- Gestión y tramitación de la documentación necesaria para la obtención y seguimiento de créditos asociados a operaciones de compra y venta internacional de productos y/o servicios.</li> <li>- Cálculo de los costes financieros de las distintas modalidades de financiación ofrecidas por las entidades financiera y elaboración de cuadros comparativos de dichos costes, utilizando la aplicación informática adecuada.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cálculo de los costes financieros y las cuotas de amortización, elaborando el cuadro de amortización del préstamo, <i>leasing</i> u otro, mediante la hoja de cálculo.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiación de las importaciones y compras internacionales. Distintos instrumentos de financiación, ventajas, inconvenientes, costes financieros.</li> <li>- Financiación de las exportaciones, ventas y proyectos internacionales, instrumentada en la misma divisa de la facturación o en otra diferente. Adelanto a cambio provisional, cálculo del coste financiero real en función de la fluctuación del tipo de cambio de la divisa. Adelanto con seguro de cambio, cálculo del coste financiero real, ventajas e inconvenientes de esta forma de financiación.</li> <li>- <i>Factoring</i> y <i>forfaiting</i>. Características generales, ventajas e inconvenientes, costes financieros...</li> <li>- Cálculo de los costes financiero, y elaboración de un cuadro comparativo de los mismos, con la aplicación informática más adecuada.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Previsión de los posibles problemas a los que nos podemos enfrentar a la hora de cobrar/pagar una compraventa internacional.</li> <li>- Soltura a la hora de encontrar posibles soluciones a los problemas financieros derivados de las operaciones internacionales.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

## 5. GESTIÓN DEL CRÉDITO CON APOYO OFICIAL A LA EXPORTACIÓN

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis e interpretación de la normativa reguladora de los créditos oficiales a la exportación.</li> <li>- Evaluación de las distintas modalidades de crédito oficial a la exportación, teniendo en cuenta el país de destino, el tipo de bienes o servicios, el plazo de cobro de la operación, la solvencia de la firma compradora, etc., así como los requisitos que se exigen y selección de la alternativa más adecuada en cada caso.</li> <li>- Cálculo de la cantidad máxima financiable, de los intereses a pagar, de las cuotas de amortización a pagar y utilización de la aplicación informática necesaria para dicho cálculo.</li> <li>- Elaboración de la documentación necesaria para la solicitud del crédito y conocimiento de los trámites a realizar.</li> <li>- Cálculo para el ajuste de intereses de acuerdo con el CARI (Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses), utilizando, para ello, la hoja de cálculo.</li> <li>- Diferenciación de los distintos tipos de créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD), requisitos y criterios para su concesión y tramitación, y documentación requerida para su solicitud.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marco legal: El consenso OCDE. Concepto.</li> <li>- Fuentes de financiación de las exportaciones con apoyo oficial. El crédito oficial a la exportación. Concepto. Bienes y servicios financiables. Modalidades de crédito. Cálculo de la base de financiación. Cuantía máxima del crédito. Tipos de interés. Plazo de amortización.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organismos que intervienen: el ICO, CESCE. Tipos de pólizas ofrecidas por CESCE. Seguro de crédito a la exportación. Riesgos políticos, comerciales y extraordinarios.</li> <li>- Crédito suministrador-exportador nacional. Concepto y operativa..</li> <li>- Crédito comprador extranjero: crédito individual o línea de crédito. Concepto y operativa.</li> <li>- Requisitos y condiciones básicas del crédito con apoyo oficial.</li> <li>- El Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI). Concepto Tramitación. Procedimiento de cálculo.</li> <li>- Créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD).Concepto. Administración y gestión. Recursos. Tipos de ayuda.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Soltura a la hora de encontrar posibles soluciones a los problemas financieros derivados de las operaciones internacionales.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

## 6. ELABORACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA PARTICIPAR EN LICITACIONES Y CONCURSOS INTERNACIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación y análisis de las normas y reglamentos de organismos de financiación internacional que regulan las licitaciones y concursos internacionales de proyectos.</li> <li>- Identificación de los organismos e instituciones convocantes de proyectos internacionales, europeos, nacionales, regionales y locales.</li> <li>- Seguimiento del procedimiento de adjudicación de proyectos a lo largo de todas sus fases, controlando los requisitos a cumplir en cada una de ellas.</li> <li>- Identificación de las fianzas, avales y garantías necesarios para participar en una licitación o concurso internacional.</li> <li>- Identificación de los organismos que facilitan financiación para acudir al concurso o licitación internacional. El Banco Mundial y los Bancos regionales de Desarrollo.</li> <li>- Cumplimentación y gestión de la documentación técnica y administrativa requerida para participar en un concurso o licitación internacional.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licitaciones o concursos internacionales. Concepto y características básicas. Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros organismos internacionales que la regulan. Los bancos regionales de desarrollo.</li> <li>- Instituciones y organismos convocantes de proyectos. Internacionales: Naciones Unidas, Banco Mundial, Bancos Regionales del Desarrollo. Europeos: la Unión Europea. Nacionales: agencias bilaterales de ayuda al desarrollo, ICEX y COFIFES.</li> <li>- Procedimiento de adjudicación de proyectos. Fases del proceso. Fase previa a la licitación. Fase preparativa del proyecto. Negociación y contratación. Ejecución del proyecto.</li> <li>- Documentación a presentar en un concurso o licitación. Documentación técnica: oferta y otros documentos. Documentación administrativa.</li> <li>- Fianzas y garantías. Garantía de licitación. Garantía de buena ejecución. Garantía de reembolso.</li> <li>- Participación de las empresas españolas en proyectos internacionales. Objetivos. Criterios de adjudicación relativos a la</li> </ul>



	capacidad de la empresa. Instrumentos de apoyo y promoción exterior del ICEX, cámaras de comercio y otros organismos.
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de trabajo en equipo, participando activamente y respetando el trabajo de todas y todos los miembros de dicho equipo.</li> <li>- Habilidad para explotar al máximo las capacidades personales de cara a aportar el máximo potencial al grupo.</li> <li>- Constancia y esfuerzo personal a la hora de realizar las tareas propuestas.</li> </ul>

## 7. SELECCIÓN DE LA COBERTURA ADECUADA DE LOS POSIBLES RIESGOS EN LAS OPERACIONES DE VENTA

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los riesgos más habituales en las operaciones de compraventa internacional.</li> <li>- Identificación de los principales mecanismos, públicos y privados, para la cobertura de riesgos en las operaciones internacionales.</li> <li>- Identificación del contrato de seguro de crédito a la exportación y análisis de las operaciones asegurables, la prima y las entidades que intervienen en el contrato.</li> <li>- Descripción de las funciones y competencias de la Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE).</li> <li>- Evaluación de las diferentes pólizas de seguro ofrecidas por CESCE, analizando las condiciones, los riesgos cubiertos, el ámbito de aplicación y el coste de la prima.</li> <li>- Preparación y gestión de la documentación necesaria para contratar una póliza con CESCE.</li> <li>- Establecimiento del procedimiento de actuación en caso de siniestro, y cálculo de la indemnización por daños.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los riesgos en las operaciones de comercio internacional. Riesgo comercial, riesgo político, riesgo de cambio de divisas...</li> <li>- El contrato de seguro de crédito a la exportación. Personas y elementos que intervienen. Operaciones asegurables.</li> <li>- Modalidades de pólizas para ventas-exportaciones a corto plazo. Póliza abierta de gestión de exportaciones (PAGEX). Póliza 100 para PYMES (P-100). Otras pólizas de CESCE.</li> <li>- Tipos de pólizas para ventas internacionales a medio y largo plazo. Póliza de crédito comprador. Póliza de crédito suministrador. Otras pólizas. Póliza de compradores públicos y póliza de compradores privados.</li> <li>- Proceso de contratación de seguro de crédito.</li> <li>- Procedimiento de declaración de siniestros e indemnización por daños.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza en la capacidad personal para encontrar información a la hora de resolver asuntos relacionados con el aspecto financiero de las operaciones internacionales.</li> <li>- Soltura a la hora de encontrar posibles soluciones a los problemas financieros derivados de las operaciones internacionales.</li> </ul>

### d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

#### 1) Secuenciación



A la hora de desarrollar este módulo los contenidos se han dividido en bloques. El orden cronológico de su impartición debería ser el mismo que el de dichos bloques.

Al inicio, el alumno o alumna debe tener una idea clara de los lugares y organismos públicos y privados donde puede recoger información que le sirva de herramienta de apoyo para resolver situaciones que surgen de las operaciones internacionales. Posteriormente, debe conocer las necesidades financieras a las que se puede enfrentar una empresa exportadora en el ejercicio de su actividad, saber en profundidad los riesgos que tiene que asumir y alcanzar la soltura suficiente en el manejo de la información, para encontrar las mejores soluciones financieras en cada caso.

El alumno o alumna debe adquirir destreza en la cumplimentación de los documentos que surgen de los instrumentos financieros adecuados para cada operación internacional, y, también, en el procedimiento a seguir en la presentación y tramitación de documentos para concursos y presentación de proyectos internacionales.

Deberá utilizar herramientas informáticas tales como hoja electrónica o bases de datos para la resolución de las situaciones que se le planteen.

## 2) Aspectos metodológicos

El alumnado debe terminar conociendo la realidad empresarial de su ámbito territorial, la necesidad de internacionalización de las empresas del entorno donde se mueve y las necesidades financieras básicas que se puede encontrar en las distintas fases de las operaciones internacionales.

A lo largo de todo el curso se irán recogiendo, de la prensa y de revistas especializadas, aquellos artículos de actualidad relacionados con los temas tratados en el aula, para comentar y analizar los mismos.

En el desarrollo de las unidades didácticas es aconsejable realizar, en la medida de lo posible, numerosos ejercicios prácticos que el alumno o alumna deba resolver para, luego, presentar ante el resto de la clase. El alumnado debe tener un peso muy importante en clase, interviniendo en la resolución de los casos propuestos.

Dentro de la participación activa del alumnado en la materia, éste deberá encontrar la relación entre los temas tratados en clase y la realidad del entorno donde vive, a través de noticias de prensa, noticias en televisión, proyectos e ideas empresariales...

Consensuar el bloque tercero *“Gestión y cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés en las operaciones de importación y exportación”* con el módulo **“Medios de pago internacionales”**.

## 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

Este módulo contiene la formación necesaria para desarrollar las funciones relacionadas con la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional, tales como:

- financiación de las exportaciones y ventas internacionales.
- financiación de las importaciones.
- gestión del riesgo de cambio en la financiación de divisas.
- gestión de la documentación necesaria para participar en proyectos y licitaciones en otros países.



Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional de mercancías, servicios y proyectos.
- la gestión de cobros y pagos internacionales.
- la participación en concursos y licitaciones internacionales.

Las líneas de actuación, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- ✓ obtención de información en el sistema financiero y el mercado de divisas para la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional.
- ✓ identificación de los organismos nacionales e internacionales que intervienen en la financiación de las operaciones de comercio internacional.
- ✓ interpretación de la normativa que regula los distintos tipos de créditos a la importación y a la exportación.
- ✓ análisis y evaluación de diferentes alternativas financieras, calculando el coste y los riesgos que generan.
- ✓ gestión y cobertura de los posibles riesgos financieros y el riesgo de cambio en las operaciones comerciales internacionales.
- ✓ cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la cobertura y gestión de créditos
- ✓ elaboración y gestión de la documentación necesaria para participar en concursos y licitaciones internacionales.

## Módulo Profesional 9

### MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Medios de pago internacionales</b>
Código:	0826
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	100 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	6
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Asociado a la unidad de competencia: UC0244_3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.
Objetivos generales:	12 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica la normativa reguladora de los medios de pago internacionales, analizando los efectos jurídicos y económicos.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado la normativa nacional e internacional vigente que regula los medios de pago internacionales.
- Se ha identificado la normativa nacional e internacional vigente que regula los medios de pago a través de Internet.
- Se han interpretado las reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios.
- Se han interpretado las reglas y usos uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).
- Se han analizado los efectos jurídicos y económicos de los convenios internacionales que regulan los medios de pago.
- Se ha analizado la normativa reguladora de los nuevos medios de pago internacionales.

2. Caracteriza los diferentes medios de cobro y pago internacionales, analizando los procedimientos, los costes y la operativa de cada uno.

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los diferentes medios de pagos internacionales.
- b) Se han identificado las modalidades de créditos documentarios, describiendo sus procedimientos de emisión.
- c) Se han caracterizado las remesas simple y documentaria como medios de pago internacionales.
- d) Se han caracterizado los cheque personal y bancario como medios de pago internacionales.
- e) Se han caracterizado las órdenes de pago simple y documentaria como medios de pago internacionales.
- f) Se han identificado los nuevos medios de pago o cobro internacionales.
- g) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de los diferentes medios de pago internacionales, calculando los costes derivados de su gestión.
- h) Se han identificado las principales obligaciones legales de las entidades financieras, de seguros y de transporte, asociadas a la operación internacional, asegurando el cobro o pago.
- i) Se han identificado los documentos necesarios para llevar a cabo el cobro o pago de una operación de comercio internacional.

### 3. Analiza las garantías y avales, adecuándose a la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los riesgos inherentes a las operaciones contractuales internacionales.
- b) Se han definido los conceptos de “garantía real y personal”.
- c) Se han diferenciado las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria.
- d) Se han clasificado las garantías en función de su relación con la obligación.
- e) Se han interpretado las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.
- f) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de cada modalidad de pago, en función de las garantías exigidas.
- g) Se ha confeccionado la documentación relativa a la emisión, modificación y cancelación de las garantías y avales.

### 4. Gestiona la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional, analizando los plazos y condiciones estipuladas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado la solvencia, el riesgo de impago y otras circunstancias financieras en las operaciones de comercio internacional.
- b) Se ha determinado la documentación que se exige en cada medio de pago para proceder al cobro/pago de la operación de comercio internacional.
- c) Se ha identificado el procedimiento definido para la presentación efectiva de los documentos en el sistema financiero.
- d) Se ha identificado, para cada medio de pago internacional, el documento base que lo representa.
- e) Se han identificado los documentos que intervienen en una operación de comercio internacional en la que se utiliza un medio de pago documentario.
- f) Se ha confeccionado el documento base correspondiente a los distintos medios de pago utilizados en las operaciones de comercio internacional.
- g) Se han identificado las causas de los retrasos o impagos asociadas a los diferentes medios de pago en operaciones de comercio internacional.
- h) Se han calculado los costes financieros y no financieros debidos a un retraso o impago de una operación de comercio internacional.

- i) Se han gestionado los trámites administrativos relacionados con el protesto de efectos impagados asociados a operaciones comerciales internacionales.

5. Identifica los medios de cobro y pago a través de Internet y otros sistemas digitales, garantizando la confidencialidad y seguridad de las transacciones.

Criterios de evaluación:

- Se han utilizado herramientas informáticas para el análisis de la legislación del país de destino.
- Se han utilizado técnicas digitales o convencionales de investigación para la obtención de la información.
- Se han utilizado los medios de pago internacionales usados a través de Internet.
- Se han utilizado sistemas de certificación digital que garanticen la confidencialidad y aseguren las operaciones de cobro o pago internacionales realizadas a través de Internet.
- Se han utilizado sistemas de intercambio de datos internacionales.
- Se han utilizado medios y programas informáticos en la elaboración de informes y en la elaboración de documentos de pago/cobro internacional.

### c) Contenidos básicos:

1. IDENTIFICACIÓN DE LA NORMATIVA REGULADORA DE LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de la normativa nacional, europea e internacional vigente que regula los diferentes medios de pago existentes en el mercado.</li> <li>- Interpretación, análisis y valoración de la normativa nacional, europea e internacional vigente aplicable a los diferentes medios de pago existentes en el mercado en sus efectos jurídicos y económicos.</li> <li>- Identificación de los principales organismos e instituciones que regulan la normativa de los medios de pago internacional.</li> <li>- Comprobación y fijación del cumplimiento de la normativa en el uso de cada uno de los medios de pago utilizados en la empresa.</li> <li>- Obtención de actualizaciones de la normativa nacional, europea e internacional de los diferentes medios de pago existentes en el mercado.</li> <li>- Respeto por la normativa vigente.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley uniforme de Ginebra sobre la letra de cambio y del pagaré. Título I. Capítulos del I al XV. Artículos del 1 al 105.</li> <li>- Ley uniforme de Ginebra sobre el cheque. Título II. Capítulos del I al XI. Artículos del 106 al 167.</li> <li>- Reglas uniformes relativas a las cobranzas de la CCI de París (Publicación N 522, revisión de 1996).</li> <li>- Reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios de la CCI de París (Publicación N 500, revisión de 1993).</li> <li>- Ley 19/1985 de 16 de julio, cambiaria y del cheque.</li> <li>- Circular 4/1991 de 14 de junio del Banco de España, que regula el Riesgo Político.</li> <li>- Circular 22/1992 de 18 de diciembre del Banco de España sobre Entidades Registradas. Mercado de divisas.</li> <li>- Circular 24/1992 de 18 de diciembre del Banco de España, sobre Residentes Titulares de Cuentas Extranjeras en el extranjero, modificada por la circular 7/2000.</li> <li>- Ley 59/2003 de 19 de diciembre, de firma electrónica. Modificada Ley</li> </ul>

	<p>56/2007 de 28 de diciembre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley 19/2003 de 4 de julio, sobre transacciones económicas con el exterior.</li> <li>- Directiva 2009/110/CE del Parlamento y Consejo Europeo de 16 de septiembre del dinero electrónico.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rigor en la interpretación y en la aplicación de la normativa vigente.</li> <li>- Capacidad de aprendizaje de protocolos en operaciones comerciales internacionales.</li> <li>- Perseverancia en la consecución de objetivos parciales y globales.</li> </ul>

## 2. CARACTERIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO INTERNACIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación y clasificación de los diferentes medios de pago.</li> <li>- Análisis de los distintos medios de pago para operaciones de compraventa internacional.</li> <li>- Descripción de las partes que intervienen, sus obligaciones principales y el proceso operativo de los diferentes medios de pago.</li> <li>- Reconocimiento de la función primordial de cada uno de los diferentes medios de pago.</li> <li>- Análisis de las ventajas e inconvenientes en los diferentes medios de pago.</li> <li>- Cálculo en el coste de las comisiones aplicables a los diferentes medios de pago por parte de los intermediarios financieros.</li> <li>- Selección y formalización de solicitudes a entidades bancarias de los diferentes medios de pago.</li> <li>- Determinación de los documentos básicos y complementarios que hay que presentar para gestionar los medios de pago, en función de la normativa aplicable, condiciones del contrato de compraventa internacional y los usos-costumbres mercantiles.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cheque personal: definición, partes que intervienen, relación entrega (mercancía-pago), esquema operativo, ventajas e inconvenientes, riesgos generados, comisiones aplicables, reducción de costes bancarios.</li> <li>- Cheque bancario: definición, partes que intervienen, relación entrega (mercancía-pago), esquema operativo, ventajas e inconvenientes, riesgos generados, comisiones aplicables, reducción de costes bancarios.</li> <li>- Órdenes de pago:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de pago simple: definición, partes que intervienen, relación entrega (mercancía-pago), clases de transferencias, esquema operativo, ventajas e inconvenientes, riesgos generados, comisiones aplicables, reducción de costes bancarios.</li> <li>• Orden de pago documentario: definición, esquema operativo, comisiones aplicables, reducción de costes bancarios</li> </ul> </li> <li>- Remesa: definición, partes que intervienen, tipos de remesas.</li> <li>- Remesa simple: aceptación, esquema operativo, ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Remesa documentaria: esquema operativo, ventajas e inconvenientes, <i>signed trust receipt</i>.</li> <li>- Riesgos generados, comisiones aplicables, reducción de costes financieros.</li> <li>- El crédito documentario: concepto, partes que intervienen, esquema operativo, datos básicos, tipos de créditos, ventajas e inconvenientes, riesgos generados, comisiones aplicables, modelos de créditos</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>documentarios, reducción de costes, la carta de crédito comercial.</li> <li>- Cuentas bancarias en el exterior: definición, operativa, ventajas e inconvenientes, comisiones aplicables.</li> <li>- El <i>factoring</i> de exportación: definición, características, requisitos, servicios, ventajas, comisiones aplicables.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rigor en la interpretación y en la aplicación de la normativa vigente.</li> <li>- Capacidad de aprendizaje de protocolos en operaciones comerciales internacionales.</li> <li>- Perseverancia en la consecución de objetivos parciales y globales.</li> </ul>

### 3. ANÁLISIS DE LAS GARANTÍAS Y AVALES INTERNACIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los riesgos inherentes a las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Identificación de los instrumentos de cobertura a cada uno de los riesgos en las operaciones de comercio internacional.</li> <li>- Definición del concepto de “garantía real y personal”.</li> <li>- Enumeración de las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria y reconocimiento de los requisitos exigidos.</li> <li>- Clasificación de las garantías, en función de su relación con la obligación, su relación con la presentación de documentos y su automaticidad.</li> <li>- Análisis de las ventajas e inconvenientes de cada modalidad de pago en función de las garantías exigidas.</li> <li>- Definición del concepto de “aval”.</li> <li>- Enumeración de las principales avales utilizados en la práctica bancaria.</li> <li>- Análisis de las ventajas e inconvenientes de los avales.</li> <li>- Confección de la documentación relativa a la emisión, modificación y cancelación de garantías y avales.</li> <li>- Cálculo, análisis y comparación entre las diferentes comisiones aplicadas por la entidades bancarias a los avales.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los riesgos en el comercio internacional (riesgos comerciales, riesgos de cambio y riesgos políticos): definiciones, elementos que intervienen, instrumentos de cobertura de cada uno de ellos.</li> <li>- Modalidades de garantías: definición y características, partes que intervienen, tipos de garantías, riesgos cubiertos y porcentajes máximos de cobertura, póliza y condiciones.</li> <li>- Modalidades de avales: definición, tipos de avales, operativa, contratación y comisiones aplicables.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rigor en la interpretación y en la aplicación de la normativa vigente.</li> <li>- Disposición por conocer diferentes formas de hacer negocios, con otros sistemas de valores y prácticas de negocios.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tarea encomendada.</li> <li>- Valoración positiva de la propia iniciativa y la de los demás.</li> </ul>

### 4. GESTIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN NECESARIA PARA REALIZAR EL COBRO O PAGO INTERNACIONAL

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación del documento básico financiero que surge en algunos medios de pago internacional (cheque, letras...)</li> <li>- Análisis de la información aportada de la operación comercial y</li> </ul>
------------------------	---

	<p>deducción de los datos que hay que trasladar al documento básico del medio de pago internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración del documento base correspondiente a los distintos medios de pago utilizados en las transacciones internacionales.</li> <li>- Identificación-análisis-aceptación/modificación de la documentación que se exige en cada medio de pago para proceder al pago/cobro en una operación de comercio internacional.</li> <li>- Gestión de los documentos, tramitación e identificación/colaboración con los organismos que participan en la realización del cobro/pago internacional.</li> <li>- Valoración del nivel de solvencia, riesgo de impago y otras circunstancias de la operación comercial.</li> <li>- Descripción de las diferentes causas de retrasos o impagos en los diferentes medios de pago en una operación internacional.</li> <li>- Cálculo y valoración de los costes financieros y no financieros debidos al retraso o impago en una compraventa internacional.</li> <li>- Gestión de los trámites administrativos relacionados con el protesto de efectos impagados.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentación necesaria para realizar el cobro/pago internacional: características, razones de su utilización y clasificación.</li> <li>- Documentos comerciales/informativos: factura comercial, factura consular, certificado de origen, <i>packing list</i>, <i>weight list</i>, certificado sanitario, certificado de calidad, certificado de análisis, certificado de inspección, etc.</li> <li>- Documentos financieros: cheque personal, cheque bancario, letra de cambio.</li> <li>- Documentos de transporte: transporte por carretera (carta de porte/CMR), transporte por ferrocarril (carta de porte/CIM), transporte aéreo (AWB), transporte marítimo (B/L), transporte combinado (conocimiento multimodal).</li> <li>- Documentos de seguro: póliza individual, certificado de seguro (póliza global).</li> <li>- Otros documentos aduaneros: DUA.</li> <li>- Protesto de efectos impagados: definición efectos impagados, protesto notarial, proceso operativo, entidades crédito cedente, tarifas interbancarias.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso en la elección del medio de pago como en la ejecución del mismo.</li> <li>- Planificación metódica en las tareas a realizar.</li> <li>- Capacidad de aprendizaje de protocolos en operaciones comerciales internacionales.</li> </ul>

#### 5. IDENTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO A TRAVÉS DE INTERNET Y OTROS SISTEMAS DIGITALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación de herramientas necesarias para el análisis y actualización de la legislación vigente en medios de pago internacional.</li> <li>- Utilización de Internet para la obtención de información sobre aspectos de la transacción internacional relacionado con el cobro/pago.</li> <li>- Utilización de aplicaciones informáticas que optimicen los medios de pago internacional utilizados.</li> <li>- Utilización de las nuevas herramientas de pago en el comercio electrónico internacional.</li> <li>- Utilización del sistema de de certificación digital.</li> <li>- Manejo, interpretación y análisis de modelos de mensajes SWIFT.</li> </ul>
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas informáticas para la confección y análisis de los medios de pago internacionales: bancarios (conciliador extractos bancarios diferentes cuentas con las que opera la empresa); Banco Empresa (negociador de costes bancarios de la empresa / entidad bancaria); recibos normalizados (optimizador remesas de recibos / diferentes entidades bancarias con las que opera la empresa).</li> <li>- Herramientas de pago propias de Internet - comercio electrónico. Clases: pasarelas de pago (PayPal, PayBox...), monedero electrónico (<i>online</i>, <i>offline</i>, cheques electrónicos, tarjetas de crédito...), sistemas de conexión de la banca electrónica con el usuario o usuaria. Cómo funcionan. Clases de mercado y modalidad de compras. Aparición de nuevos métodos de pago.</li> <li>- Los certificados digitales: definición, formato y emisores de certificados. Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. Sistemas de intercambio de datos. Funciones. Formas de obtener el certificado.</li> <li>- Sistemas de intercambios de datos: SWIFT. Definición, Funcionamiento. Los mensajes SWIFT. Campos de cada mensaje. Ejemplos de mensajes de los diferentes medios de pago internacional.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso en la elección del medio de pago como en la ejecución del mismo.</li> <li>- Planificación metódica en las tareas a realizar.</li> <li>- Disposición por conocer diferentes formas de hacer negocios, con otros sistemas de valores y prácticas de negocios.</li> <li>- Capacidad de aprendizaje de protocolos en operaciones comerciales internacionales.</li> </ul>

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Por la situación actual de mercados totalmente globalizados, el gran desarrollo de intercambios comerciales entre empresas de distintos países, las grandes dificultades que generan y el papel imprescindible de las entidades financieras en ellas, se aconseja empezar por una unidad didáctica de introducción al sistema financiero europeo/español, intermediarios financieros, productos financieros de pasivo/activo, servicios financieros y organización/funcionamiento de una oficina bancaria, con el objetivo de ubicar al alumnado en el ámbito en que se desenvuelven los medios de pago internacionales y las empresas.

Teniendo en cuenta que los contenidos presentados están organizados en bloques, es importante hacer notar que esta división no debe ser considerada como referencia para secuenciar y organizar los contenidos a lo largo del módulo. Los bloques de contenidos no pretenden sino reflejar, de forma nítida y comprensible, la selección de cultura profesional que se ha tomado como referencia para este módulo profesional. Por ello, se recomienda —una vez ubicado al alumnado en el ámbito dónde se mueven todo medios de pago— secuenciar los contenidos:

- ¿Dónde comenzar? La primera unidad podría versar sobre la compraventa Internacional y sus riesgos inherentes. Nos serviría para situar el módulo en su contexto.

- ¿Cómo seguir? Con los bloques 1, “*Normativa reguladora de los medios de pago internacionales*”, bloque 2, “*Medios de cobro y pago internacionales*”, y primera parte del bloque 5, “*Medios de cobro y pago a través de Internet*”:
  - Se podría adjudicar a un medio de pago internacional una unidad didáctica.
  - Se sugiere comenzar por los medios de pago simples para pasar luego a los documentarios.
  - En cada unidad referida a un medio de pago se incluiría su normativa, su documentación financiera, la utilización de Internet y su herramienta informática.
  - El bloque de la documentación necesaria para realizar el cobro y pago internacional se podría intercalar entre los medios de pago simple y documentario.
  - Las herramientas necesarias para el análisis y actualización de los medios de pago que se hace referencia en el bloque de medios de cobro y pago a través de Internet y otros medios digitales, las incluiría en la unidad del medio de pago correspondiente.
- El bloque 5, “*Medios de cobro y pago a través de Internet*”, cerraría el módulo con el desarrollo de la firma digital y simulación de su petición a través de la Web, interpretación de los mensajes SWIFT y el conocimiento de las nuevas herramientas de pago propias de Internet - comercio electrónico.
- ¿Cómo finalizar? Dentro de un marco de contrato de compraventa internacional (ejercicio de simulación global) hacer efectivo el pago/cobro de una operación).

## 2) Aspectos metodológicos

El uso de videos para introducir o centrar la unidad al comienzo de ella, facilita el aprendizaje. Uso de YouTube, canal ICEX, AET... o videos de los medios pagos en las diferentes páginas web de las entidades bancarias.

El contenido conceptual irá acompañado de un recurso físico (libro, apuntes, páginas web...), que facilitará al alumnado el desarrollo de los procedimientos. Se realizará mediante el método expositivo por parte del profesorado y la participación del alumnado, mediante su análisis, comprensión y síntesis de cada unidad.

Recursos utilizados en los procedimentales que ayudarán a conseguir los objetivos del módulo: normativa actualizada de los medios de pago internacional, documentación de entidades bancarias del entorno y sus comisiones aplicadas, mensajes SWIFT de diferentes operaciones internacionales, uso de demos de banca *online*, impresos bancarios a rellenar en la solicitud de un medio bancario, solicitud del certificado digital, solicitud de pasarelas de pago...

Para motivar al alumnado, se elegirán las entidades bancarias más significativas en las operaciones internacionales y, tras un análisis, se trabajarán con ellas en los supuestos planteados.

Se visitará el Departamento Internacional de una entidad financiera del entorno.

Se visitará el Departamento Financiero de una empresa exportadora/importadora del entorno.

Se recomienda que los bloques conceptuales que describen aplicaciones informáticas se consensuen con los módulos “**Comercio digital internacional**” y “**Transporte Internacional de mercancías**”, donde se imparten en profundidad.

Consensuar el bloque 5, “Medios de cobro y pago a través de Internet”, con el módulo “Comercio digital internacional”, dado que éste imparte medios *software* telemático y en red en sus contenidos.

El bloque 4, “Gestión de la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional”, aborda, en su apartado conceptual, “Documentos de transporte por carretera, documentos del seguro y otros documentos aduaneros”, que se ven en el apartado procedimental en los módulos “Transporte internacional de mercancías” y “Gestión administrativa del comercio internacional”. Acordar con dichos módulos su impartición, si bien en el de transporte, su visión es procedimental.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

Las actividades profesionales asociadas a este módulo, y en las cuáles el alumnado, a lo largo del proceso de aprendizaje, habrá adquirido capacidad serán:

- ✓ la identificación y análisis de los riesgos y costes que implican el uso de los diferentes medios de pago internacionales.
- ✓ la identificación y aplicación de la normativa internacional, europea y nacional vigente que regula los medios de pago internacionales.
- ✓ el análisis y elección de los distintos medios de pago en las operaciones de compraventa internacional.
- ✓ la elaboración y gestión de la documentación adjunta al medio de cobro/pago elegido.
- ✓ la gestión del cobro/pago de una operación mercantil internacional.
- ✓ el conocimiento y la utilización de aplicaciones informáticas y aplicación de Internet en los medios de pago internacionales.

Los aspectos, junto con sus líneas de actuación, que van a permitir alcanzar los objetivos para realizar las actividades asociadas a este módulo son:

- Conocimiento, interpretación y aplicación de la normativa vigente en los medios de pago internacional y organismos que la regulan.
- Uso de instrumentos institucionales y financieros que identifiquen, cuantifiquen y analicen los riesgos en toda transacción internacional, y la oferta de sus instrumentos de cobertura.
- Cálculo de comisiones aplicadas en la utilización de los diferentes medios de pago internacional por las diferentes entidades bancarias.
- Cumplimentación de impresos de solicitud de diferentes medios de pago a las entidades bancarias.
- Elaboración de documentos financieros y comprobación de la documentación requerida en los medios de pago documentarios.
- Utilización de programas que optimicen el cobro/pago en las transacciones internacionales y el uso de Internet.
- Análisis de las incidencias en la explotación del servicio de transporte y aplicación de los procedimientos para resolverlas.
- Análisis y aplicación de métodos para el control de calidad y medioambiental del servicio de transporte.



## Módulo Profesional 10 COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL

### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Comercio digital internacional</b>
Código:	0827
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	80 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	4
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Módulo asociado al perfil del título
Objetivos generales:	14 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Elabora el Plan de *Marketing* Digital Internacional, diseñando las políticas específicas que han de desarrollarse.

Criterios de evaluación:

- Se ha confeccionado un Plan de *Marketing* Digital Internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.
- Se han definido los procesos de posicionamiento y *marketing online* internacional.
- Se han fijado las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción *online* en el ámbito internacional.
- Se han identificado los elementos que configuran el *marketing* internacional de buscadores.
- Se han evaluado los desafíos del *marketing* electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- Se han gestionado electrónicamente las relaciones con la clientela internacional, definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.
- Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y de relación con el cliente en el *marketing* digital internacional.
- Se han realizado acciones de *marketing* internacional por medio de dispositivos móviles.

2. Realiza las tareas básicas necesarias para utilizar la red Internet, enfocando su uso como un canal de promoción internacional de la empresa.



Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la Red a nivel internacional.
- b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la Red.
- c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la Red.
- d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranets.
- e) Se han utilizado los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la Red.
- f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
- g) Se han utilizado buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

3. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico, transferencia de archivos, foros internacionales de comunicación y redes sociales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
- b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la Web.
- c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de la Red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
- e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales o *Peer to Peer* (P2P).
- f) Se han establecido contactos con otros usuarios de la Red a través de foros internacionales de debate y opinión.
- g) Se han establecido contactos internacionales sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- h) Se han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la Red a través de redes sociales.

4. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas internacionales *online*.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio *online* internacional.
- b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico internacional.
- c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la Red.
- d) Se ha diseñado una tienda virtual de ámbito internacional.
- e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- f) Se han establecido los medios de pago internacionales que se va a utilizar.
- g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- h) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

5. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, propias del comercio internacional, de forma telemática, utilizando en cada caso el *software* específico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura (EDIFACT, XML, PDF, HTML, DOC, XLS, GIF, JPEG o TXT, entre otros).
- b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
- c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
- d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
- e) Se han realizado tareas administrativas *online* con organismos públicos y privados de ámbito nacional e internacional.
- f) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en los equipos informáticos.
- g) Se han implementado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.

### c) Contenidos básicos:

1. ELABORACIÓN DEL PLAN DE <i>MARKETING</i> DIGITAL INTERNACIONAL	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confección de un Plan de <i>Marketing</i> Digital Internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.</li> <li>- Definición de los procesos de posicionamiento y <i>marketing online</i> internacional.</li> <li>- Fijación de las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción <i>online</i> en el ámbito internacional.</li> <li>- Identificación de los elementos que configuran el <i>marketing</i> internacional de buscadores.</li> <li>- Evaluación de los desafíos del <i>marketing</i> electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</li> <li>- Gestión electrónica de las relaciones con la clientela internacional, definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.</li> <li>- Reconocimiento de las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente o clienta en el <i>marketing</i> digital internacional.</li> <li>- Realización de acciones de <i>marketing</i> internacional por medio de dispositivos móviles.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo del Plan de <i>Marketing</i> Digital Internacional.</li> <li>- Características específicas del cliente <i>online</i> internacional.</li> <li>- Promoción <i>online</i> y <i>offline</i> de la web exportadora.</li> <li>- Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: <i>e-mail marketing</i>, SEM, SEO y campañas en páginas afines.</li> <li>- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.</li> <li>- Análisis de estadísticas y medición de resultados.</li> <li>- <i>Marketing</i> internacional de afiliación.</li> <li>- <i>Marketing</i> relacional y la gestión de la relación con la clientela (CRM).</li> <li>- <i>Cross-marketing</i>.</li> <li>- <i>Marketing</i> viral.</li> <li>- <i>Marketing one-to-one</i>.</li> <li>- Aplicaciones del <i>mobile marketing</i>, TDT, entre otros.</li> <li>- Internet TV, <i>videoblogs</i>, Web TV, entre otros.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas herramientas informáticas de apoyo.</li> <li>- Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías</li> </ul>

	- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.
--	--

## 2. REALIZACIÓN DE LAS TAREAS BÁSICAS PARA LA UTILIZACIÓN DE INTERNET

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red a nivel internacional.</li> <li>- Evaluación de los distintos sistemas de conexión a la Red.</li> <li>- Configuración del acceso al sistema informático en la Red.</li> <li>- Comprobación de las características propias de las intranets y las extranets.</li> <li>- Utilización de los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la Red.</li> <li>- Realización de búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.</li> <li>- Utilización de buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.</li> </ul>
------------------------	---

<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción. Qué es Internet y su origen.</li> <li>- Cómo funciona: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web, los dominios de la Red.</li> <li>- Modos de conectarse a Internet.</li> <li>- Configuración del acceso.</li> <li>- Las intranets y las extranets.</li> <li>- El navegador y su funcionamiento: navegadores más utilizados.</li> <li>- Buscar información nacional e internacional en la Red.</li> <li>- Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.</li> <li>- Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción búsqueda avanzada, aparecer en servicios adicionales, herramientas específicas.</li> </ul>
---------------------	--

<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas herramientas informáticas de apoyo.</li> <li>- Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías.</li> <li>- Practicidad en la búsqueda de información relevante, comparable y en continua adaptación a las circunstancias, permanentemente cambiantes, en el ámbito de la tecnología.</li> </ul>
----------------------	--

## 3. GESTIÓN DE DIVERSOS SERVICIOS DE INTERNET

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los elementos que configuran el correo electrónico.</li> <li>- Utilización del correo electrónico directamente desde la Web.</li> <li>- Utilización de programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.</li> <li>- Identificación del protocolo de Red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.</li> <li>- Compartición de archivos a través de una red de ordenadores entre iguales o <i>Peer to Peer</i> (P2P).</li> <li>- Establecimiento de contactos con otros usuarios y usuarias de la red a través de foros internacionales de debate y opinión.</li> <li>- Establecimiento de contactos internacionales sobre temas concretos</li> </ul>
------------------------	---

	<p>a través de <i>blogs</i> temáticos de contenido profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de comunicaciones con usuarios y usuarias internacionales de la Red, a través de redes sociales.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico: qué es y cómo funciona.</li> <li>- El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.</li> <li>- Correo no deseado.</li> <li>- Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.</li> <li>- Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.</li> <li>- Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla.</li> <li>- Servidores FTP: aplicaciones FTP.</li> <li>- Redes P2P (<i>Peer to Peer</i>): aplicaciones.</li> <li>- Los foros internacionales: leer y escribir en un foro.</li> <li>- Los grupos de discusión internacionales.</li> <li>- Redes sociales internacionales.</li> <li>- <i>Weblogs, blogs</i> o bitácoras.</li> <li>- Redes sociales internacionales para empresas.</li> <li>- Añadir elementos a una página de una red social internacional.</li> <li>- Comprar y vender en redes sociales internacionales.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas herramientas informáticas de apoyo.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Valoración crítica de las fuentes y medios utilizados.</li> </ul>

#### 4. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL DE UNA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio <i>online</i> internacional.</li> <li>- Definición de acciones de captación enfocadas al comercio electrónico internacional.</li> <li>- Reconocimiento de los modelos de negocio existentes en la Red.</li> <li>- Diseño de una tienda virtual de ámbito internacional.</li> <li>- Planificación de la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.</li> <li>- Establecimiento de los medios de pago internacionales a utilizar.</li> <li>- Selección de los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.</li> <li>- Identificación de los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idea y diseño de una tienda virtual internacional.</li> <li>- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B, B2C, entre otros.</li> <li>- Selección y registro de dominio.</li> <li>- Escaparate web. Catálogo electrónico.</li> <li>- Control logístico de las mercancías vendidas <i>online</i>.</li> <li>- La reclamación como instrumento de fidelización de la clientela.</li> <li>- La importancia financiera de la reclamación.</li> <li>- Medios internacionales de pago electrónico:</li> <li>- Períodos de reflexión y cancelaciones.</li> <li>- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica, cifrado de clave única.</li> <li>- Firma.</li> <li>- Certificados digitales.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encriptación.</li> <li>- Negocios electrónicos: <i>e-shop</i>, <i>e-mail</i>, <i>e-procurement</i>, <i>e-marketplace</i> y <i>e-auction</i>, entre otros.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> <li>- Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.</li> </ul>

<b>5. REALIZACIÓN DE FACTURAS ELECTRÓNICAS INTERNACIONALES Y OTRAS TAREAS ADMINISTRATIVAS</b>	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de los formatos electrónicos de factura (EDIFACT, XML, PDF, HTML, DOC, XLS, GIF, JPEG o TXT, entre otros).</li> <li>- Establecimiento de la transmisión telemática entre ordenadores.</li> <li>- Garantización de la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.</li> <li>- Utilización de aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.</li> <li>- Realización de tareas administrativas <i>online</i> con organismos públicos y privados de ámbito nacional e internacional.</li> <li>- Identificación de los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.</li> <li>- Implementación de las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura electrónica.</li> <li>- Programas de facturación electrónica.</li> <li>- Seguridad: firma electrónica reconocida.</li> <li>- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional, páginas de Hacienda sobre aduanas, entre otras.</li> <li>- Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX, Cámaras de Comercio, entre otras.</li> <li>- Seguridad en Internet. <i>Spam</i>, virus informáticos, <i>Spyware</i>, <i>Phising</i>.</li> <li>- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.</li> <li>- Disposición e iniciativa ante la aparición de nuevas herramientas informáticas de apoyo.</li> <li>- Reconocimiento del potencial de las nuevas tecnologías.</li> <li>- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.</li> </ul>

#### d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

##### 1) Secuenciación

A la hora de afrontar este módulo, hay que tener en cuenta que utiliza muchos recursos informáticos que se pueden encontrar, como *software* libre o con utilización limitada en prueba, pero gratuitos.

Otros paquetes de informática a nivel de usuario, tales como hojas electrónicas o presentaciones, tienen, también, su alternativa gratuita.

- Empezaríamos con una visión global de esas aplicaciones informáticas y su utilización en cada uno de los bloques descritos.
- Se propone realizar, en el inicio del curso, una evaluación del conocimiento de las aplicaciones hoja electrónica, y presentaciones para dictaminar el bloque horario y saber si están en condiciones para poder ser utilizadas en otros módulos.
- El alumno o alumna debe entender la importancia que, antes de hacer nada, tiene el planificarlo todo, elaborando el Plan de *Marketing* Digital, y centrarse, luego, en llevarlo a la práctica sin desviaciones.

Ese Plan tiene que ser elaborado y comunicado, empleando aplicaciones de propósito general a nivel de usuario, e Internet como canal de promoción internacional.

El desarrollo, distribuido conceptualmente a lo largo de los distintos bloques de contenido, para la puesta en práctica de dicho Plan, podría ser:

- Planificación y desarrollo de una tienda de productos o servicios. Política de comercio electrónico
- Trabajo de posicionamiento (SEO-SEM). Estrategia incluida en el Plan de *Marketing* Digital:
  - SEO:
    - Desarrollo de un blog.
    - Labores periódicas de mantenimiento. Técnica de posicionamiento.
    - Ratios de conversión.
    - Fidelización. Campañas de *E-mail Marketing*. Gestión de las fuerzas de ventas.
  - SEM:
    - Campañas de Adwors. Google Analytics.
- Simulación de venta, utilizando facturación electrónica, firma y seguridad en Internet.

## 2) Aspectos metodológicos

El uso de videos para introducir o centrar la unidad, al comienzo de ella, facilita el aprendizaje. Uso de YouTube, canal ICEX, AET... o videos de los medios pagos en las diferentes páginas web de las entidades bancarias.

El contenido conceptual irá acompañado de un recurso físico (libro, apuntes, páginas web...), que facilitará al alumnado el desarrollo de los procedimientos. Se realizará mediante el método expositivo por parte del profesorado, y la participación del alumnado mediante su análisis, comprensión y síntesis de cada unidad.

Recursos utilizados en los procedimentales que ayudarán a conseguir los objetivos del módulo: normativa actualizada de los medios de pago internacional, documentación de entidades bancarias del entorno y sus comisiones aplicadas, mensajes SWIFT de diferentes operaciones internacionales, uso de demos de banca *online*, impresos bancarios a rellenar en la solicitud de un medio bancario, solicitud del certificado digital, solicitud de pasarelas de pago...



Para motivar al alumnado, se elegirán las entidades bancarias más significativas en las operaciones internacionales y, tras un análisis, se trabajará con ellas en los supuestos planteados.

Se visitará el Departamento Internacional de una entidad financiera del entorno.

Se visitará el Departamento Financiero de una empresa exportadora/importadora del entorno.

Se recomienda que, los bloques conceptuales que describen aplicaciones informáticas, se consensuen con los módulos “**Comercio digital internacional**” y “**Transporte internacional de mercancías**”, donde se imparten en profundidad.

Consensuar el bloque 5, “*Medios de cobro y pago a través de Internet*”, con el módulo “**Comercio Digital internacional**”, dado que éste imparte medios *software* telemático y en red en sus contenidos.

El bloque 4, “*Gestión de la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional*”, aborda en su apartado conceptual “documentos de transporte por carretera, documentos del seguro y otros documentos aduaneros” que se ven en el apartado procedimental en los módulos “**Transporte internacional de mercancías**” y “**Gestión administrativa del comercio internacional**”. Acordar, con dichos módulos, su impartición, si bien en el módulo de transporte internacional su visión es procedimental.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Elaboración de un Plan de *Marketing* Digital Internacional:
  - Definición de los objetivos comerciales.
  - Definición de los procesos de posicionamiento y *marketing online*.
  - Realización de la publicidad y promoción *online*.
  - Análisis de buscadores.
  - Análisis y evaluación de los elementos del *marketing* electrónico internacional: confianza en los medios de pago, problemas logísticos y la seguridad.
  - Operación con dispositivos móviles.
- ✓ Definición y empleo de Internet como canal de promoción internacional:
  - Análisis de conceptos esenciales de funcionamiento y usos de la Red a nivel internacional.
  - Utilización de distintos sistemas de conexión y configuración del acceso.
  - Realización de búsquedas selectivas, empleando distintos buscadores.
- ✓ Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:
  - Empleo de programas de correo electrónico.
  - Operaciones de transferencia de archivos.
  - Contacto con foros internacionales de comunicación y redes sociales.
- ✓ Definición de las acciones para la creación de un negocio *online* internacional:
  - Realización del diseño de una tienda virtual.
  - Gestión de pedidos y del proceso logístico.
  - Establecimiento de los medios de pago y de los sistemas de seguridad.

## Módulo Profesional 11 INGLÉS

### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Inglés</b>
Código:	0179
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	165 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	7
Especialidad del profesorado:	Inglés (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Módulo asociado a la unidad de competencia: UC1010_3: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.
Objetivos generales:	13 / 15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24

### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:

- Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido, pronunciado en lengua estándar, identificando el estado de ánimo y el tono del o de la hablante.
- Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
- Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del o de la hablante.
- Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso, en un ambiente con ruido de fondo.
- Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
- Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

## 2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades, y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se ha identificado, con rapidez, el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales, y se ha decidido si es oportuno un análisis más profundo.
- f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo, en caso necesario.
- g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: *e-mail*, *fax*.
- h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

## 3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor o de la interlocutora.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
- c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
- d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
- g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
- h) Se ha argumentado, con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- i) Se ha solicitado la reformulación del discurso, o parte del mismo, cuando se ha considerado necesario.

## 4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.
- b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

- c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

### c) Contenidos básicos:

#### 1. COMPRENSIÓN DE MENSAJES ORALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprensión de mensajes orales profesionales y cotidianos, tanto directos como telefónicos, radiofónicos y grabados.</li> <li>- Identificación de las ideas principales y secundarias de un texto oral.</li> <li>- Reconocimiento de recursos lingüísticos tales como acuerdo y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminología específica del sector de Administración y Gestión.</li> <li>- Recursos gramaticales necesarios para la comprensión oral de los textos. Por ejemplo: tiempos verbales, preposiciones, <i>phrasal verbs</i>, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...</li> <li>- Diferentes acentos de lengua oral.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por comprender.</li> <li>- Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.</li> </ul>

#### 2. INTERPRETACIÓN DE MENSAJES ESCRITOS

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprensión de mensajes, textos, y artículos básicos profesionales y cotidianos.</li> <li>- Comprensión de textos en cualquier tipo de soporte tradicional o telemático: fax, e-mail, burofax.</li> </ul>
------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento de las diferentes tipologías textuales en relación con el sector.</li> <li>- Reconocimiento de las relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.</li> <li>- Diferenciación de las relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminología específica del área de Administración y Gestión.</li> <li>- Recursos gramaticales necesarios para la comprensión de textos escritos: tiempos verbales, preposiciones, <i>phrasal verbs</i>, locuciones, expresión de la condición, duda y deseo; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...</li> <li>- Estructura de las diferentes tipologías textuales más comunes en relación a este sector.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por comprender.</li> <li>- Autonomía en la utilización de los recursos necesarios para comprender cualquier tipo de texto relacionado con la profesión.</li> <li>- Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.</li> <li>- Actitud reflexiva y crítica hacia las fuentes de información.</li> </ul>

### 3. PRODUCCIÓN DE MENSAJES ORALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de recursos lingüísticos tales como: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.</li> <li>- Utilización de marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.</li> <li>- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra, apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.</li> <li>- Uso de la entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos gramaticales en relación a la producción de mensajes orales: tiempos verbales, preposiciones, <i>phrasal verbs</i>, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales...</li> <li>- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.</li> <li>- Terminología específica del área administrativa.</li> <li>- Fonética, entonación y ritmo en relación a los diferentes mensajes orales.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud positiva hacia el uso de la lengua inglesa en el aula.</li> <li>- Participación activa en el intercambio de información.</li> <li>- Toma de conciencia de la propia capacidad para comunicarse en la lengua extranjera.</li> <li>- Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.</li> </ul>

### 4. EMISIÓN DE TEXTOS ESCRITOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expresión y cumplimentación de documentos y textos profesionales del sector y cotidianos en diferentes soportes.</li> </ul>
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de textos coherentes:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación del texto al contexto comunicativo.</li> <li>• Tipo y formato del texto.</li> <li>• Variedad de lengua.</li> <li>• Registro.</li> <li>• Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación. Conclusión y resumen del discurso.</li> <li>• Utilización adecuada de la terminología específica del sector.</li> <li>• Selección de estructuras sintácticas.</li> <li>• Uso de los signos de puntuación.</li> </ul> </li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminología específica del sector.</li> <li>- Recursos gramaticales necesarios para la emisión de textos: tiempos verbales, preposiciones, <i>phrasal verbs</i>, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.</li> <li>- Otros recursos: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.</li> <li>- Nexos: <i>although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...</i></li> <li>- Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos.</li> <li>- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.</li> <li>- Estructura de las diferentes tipologías textuales más comunes en relación a este sector.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la necesidad de coherencia en el desarrollo del texto.</li> <li>- Autonomía en la utilización de los recursos necesarios para la emisión de cualquier tipo de texto relacionado con la profesión.</li> <li>- Respeto por las normas de cortesía y diferencias de registro propias de cada lengua.</li> </ul>

### 5. IDENTIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS CULTURALES MÁS SIGNIFICATIVOS QUE SE RELACIONAN CON LA LENGUA INGLESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socio-profesional, con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.</li> <li>- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor o la interlocutora y la intención de los interlocutores o las interlocutoras.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos socioculturales más significativos de los países de lengua inglesa.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.</li> <li>- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.</li> </ul>

#### d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

##### 1) Secuenciación



Los contenidos procedimentales son los de más peso en el área de las lenguas y, por lo tanto, serán muy importantes a la hora de organizar el proceso de trabajo en el aula.

Por otra parte, es necesario organizar un recorrido didáctico en el que estos procedimientos se trabajen en relación a situaciones de comunicación lingüística en torno a la profesión de que se trata.

Así pues, el desarrollo de las competencias lingüísticas básicas —comprensión oral, comprensión escrita, expresión oral, interacción oral y expresión escrita (PEL)— es el objetivo a conseguir, siempre, en relación a las situaciones que este puesto profesional presenta.

A continuación, y para ayuda del o de la docente, sugeriremos un listado de temas de los diferentes módulos que componen este título, que pueden ser importantes para trabajar en el área de inglés:

- Modelos de contratos.
- Técnicas de comunicación orales.
- Elaboración de documentos profesionales escritos.
- Atención a la clientela.
- Gestión de quejas, consultas y reclamaciones.
- Gestión de relación con proveedores y proveedoras.
- Formación y Orientación Laboral, etc.

El orden de este listado no implica una secuenciación de la asignatura. Es más, lo pertinente sería que hubiera una coordinación del profesor o de la profesora de inglés con el resto de profesores y profesoras de los módulos, para abordar estos temas simultáneamente.

## 2) Aspectos metodológicos

Se sugiere que el profesorado base el enfoque metodológico en el aula, abordando situaciones reales de comunicación como medio de adquisición del complejo global de conocimiento que supone una lengua.

La lengua inglesa será el instrumento de comunicación en el aula y se animará al alumnado a utilizarla, aunque su expresión no sea correcta.

El objetivo es que desarrollen las cinco competencias lingüísticas, citadas en el anterior apartado (PEL), y, en cuanto a los contenidos conceptuales, estos se trabajarán supeditados a las necesidades lingüísticas que vayan surgiendo paulatinamente.

Así pues, uno de los objetivos más importantes es que el alumnado aprenda a aprender. Es decir, que sea autónomo para planificar las tareas y los proyectos, lo que significa que sea capaz en última instancia de:

- marcar objetivos de aprendizaje.
- elegir materiales, métodos y tareas.
- llevar a cabo el trabajo.
- establecer criterios de evaluación y utilizarlos.

Todo esto, tanto individualmente como en grupo, porque no podemos olvidar el factor social en el aprendizaje. Para conseguir esto, tendremos que dar a los alumnos y las alumnas la oportunidad real de aprender a planificar, desarrollar el trabajo y evaluarlo. Esto supondrá un proceso de implicación y protagonismo paulatino del alumnado en el aula.

En relación a la propia organización del espacio en el aula, lo ideal parece ser una clase fácilmente adaptable al trabajo en grupo, parejas o individual. Una clase donde se pueda tener material, ordenadores con conexión a Internet, cañón de video, corchos para colocar posters con los planes de trabajo de los grupos, etc.

En cuanto a los materiales, se recomiendan recursos diferentes y material auténtico: revistas, páginas web, folletos, catálogos, documentos, material audiovisual...

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Haremos una descripción de un banco de actividades e ideas que puedan ser útiles para el desarrollo de este módulo.
- ✓ Elaboración de proyectos. A la hora de comenzar un nuevo tema se puede hacer un “brainstorming” en grupos pequeños, donde, muchas veces, sirve la fórmula: *“qué sabes, qué dudas tienes y qué quieres aprender o saber hacer sobre el tema en cuestión”*. Los alumnos y las alumnas, en grupos pequeños o en parejas, eligen qué aspecto del tema les interesa más desarrollar. Una vez elaborado el trabajo, los diferentes proyectos se presentan oralmente, y se comparte con el resto de la clase el contenido del tema, el vocabulario o las expresiones aprendidas y los procedimientos utilizados en la elaboración del mismo.
- ✓ Una variante de la actividad anterior es la resolución de problemas que se pueden plantear en torno a quejas, en el lanzamiento de un producto. Este puede ser el proceso a seguir:
  - Identificación del problema.
  - Familiarización con el problema (qué es lo que sabemos acerca de cualquier aspecto de este problema).
  - Planificación y desarrollo de las tareas (resuelven cuestiones a través de la discusión e investigación).
  - Intercambio de resultados con los demás, oralmente o por escrito.
  - Reflexión sobre lo que han aprendido y obtención de conclusiones para posteriores proyectos (qué ha estado bien y qué tengo que mejorar).
- ✓ Debates sobre un tema. Procedimiento: los alumnos y las alumnas leen diferentes textos relacionados con el tema y contestan a las preguntas a debatir. Se nombra un coordinador o coordinadora en cada grupo y se hace una puesta en común. El moderador o moderadora, por último, recoge las conclusiones.
- ✓ Desarrollo de una página web o *blog* a lo largo del curso, donde cada alumno y alumna podrá recoger las actividades, diccionario, ideas y enlaces web que le puedan servir en el futuro.
- ✓ Tarjetas de conversación: cada alumno o alumna escribe en una tarjeta un tema o situación con varias preguntas (preguntas de un cliente o una clienta, reclamaciones, explicaciones puntuales, informaciones breves etc.). Cada semana se saca una tarjeta y cada grupo habla o escenifica la situación.
- ✓ Interpretación y elaboración de documentos relacionados con el sector: cartas comerciales, folletos, catálogos, reservas, traducciones, informes, currículo...
- ✓ Actividades relacionadas con contenidos conceptuales del idioma. Al evaluar las tareas, si se detectan problemas relacionados con contenidos conceptuales, se dedicará un periodo delimitado de tiempo para que cada alumno o alumna trabaje sobre lo que necesita utilizando gramáticas, páginas web, audios. Los alumnos y las

alumnas harán una puesta en común y compartirán lo que han aprendido con los demás.

- ✓ Autoevaluación del proceso de trabajo. Al finalizar las tareas, los alumnos y las alumnas rellenarán una hoja de autoevaluación y sacarán conclusiones sobre lo que han aprendido y sus necesidades futuras.

## Módulo Profesional 12

### PROYECTO DE COMERCIO INTERNACIONAL

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Proyecto de Comercio Internacional</b>
Código:	0828
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	50 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	5
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria) Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Módulo asociado al perfil del módulo
Objetivos generales:	Todos

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

- Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- Se han determinado las características específicas requeridas al proyecto.
- Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

3. Planifica la implementación o ejecución del proyecto, determinando el Plan de Intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de implementación.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación, definiendo el Plan de Prevención de Riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se han planificado la asignación de recursos materiales y humanos, y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de la implementación.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la implementación o ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios y las usuarias o de la clientela, y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

5. Presenta y defiende el proyecto, utilizando eficazmente las competencias técnicas y personales adquiridas durante la elaboración del proyecto y durante el proceso de aprendizaje en el ciclo formativo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha elaborado un documento-memoria del proyecto.
- b) Se ha preparado una presentación del mismo utilizando las NTIC.
- c) Se ha realizado una exposición del proyecto, describiendo sus objetivos y principales contenidos, y justificando la elección de las diferentes propuestas de acción contenidas en el mismo.
- d) Se ha utilizado un estilo de comunicación adecuado en la exposición, haciendo que ésta sea organizada, clara, amena y eficaz.
- e) Se ha realizado una defensa del proyecto, respondiendo razonadamente a preguntas relativas al mismo planteadas por el equipo evaluador.

### c) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

#### 1) Secuenciación

El objetivo de este módulo es el refuerzo y consolidación de las competencias profesionales, personales y sociales que se han venido trabajando a lo largo de todo el ciclo formativo, a través del desarrollo en grupo de un proyecto.

El primer paso será, por tanto, la conformación de equipos de dos o tres alumnos y alumnas que permitan la implicación de todo el alumnado en el desarrollo del proyecto, tratando de establecer grupos homogéneos y con capacidades complementarias.

La elección del proyecto a desarrollar será la primera tarea del equipo. Como este módulo coincide en el tiempo con la FCT, la empresa donde se realizan las prácticas bien puede ser una fuente de ideas para el proyecto. No obstante, será conveniente que el tutor o la tutora disponga de una serie de proyectos técnicamente viables que sean susceptibles de ser desarrollados.

Posteriormente, y siguiendo una plantilla de desarrollo del proyecto, se irán elaborando las distintas fases del mismo:

- Diseño.
- Planificación.
- Ejecución y seguimiento.
- Cierre y evaluación.

Por último, cada equipo preparará y realizará la presentación y defensa del proyecto, utilizando, para ello, distintas técnicas de presentación, apoyándose en las TIC.

#### 2) Aspectos metodológicos

A la hora de organizar este módulo, se propone la utilización de metodologías activas de enseñanza-aprendizaje como el trabajo en equipo y el PBL-ABP (*Problem Based Learning*, Aprendizaje Basado en Problemas). En concreto, puede utilizarse la metodología PBL centrada específicamente en el desarrollo de proyectos integradores de las competencias de diferentes módulos del ciclo, de forma transversal. Estas metodologías obligan al



alumnado a identificar problemas, buscar alternativas para su resolución, movilizar los recursos necesarios para ello, o realizar una adecuada gestión de la información.

Además, estas metodologías promueven momentos de trabajo individual que son importantes para que cada uno de los alumnos y alumnas que integran el equipo adquiera conocimientos y competencias que, luego, deberá demostrar en la defensa del proyecto.

Por otro lado, el trabajo en equipo desarrolla en el alumnado competencias relacionales, y le familiariza con el funcionamiento de los equipos, como herramienta de trabajo en sí misma, y lo que ello conlleva: organización del equipo, reparto de roles y tareas, comunicación interpersonal, resolución de conflictos, etc.

Para complementar el autoaprendizaje del alumnado, se propone la realización de seguimientos periódicos con cada equipo de proyecto, para guiar el aprendizaje y mantener al equipo dentro de los objetivos marcados. Además, se recomienda que, en función de las necesidades que vayan surgiendo, se programe alguna explicación de apoyo o seminario que cubra los déficits de conocimientos respecto a contenidos específicos o metodologías necesarios para desarrollar el proyecto.

Finalmente, se propone que cada equipo realice una exposición del proyecto elaborado, con un doble objetivo:

- Evaluar las competencias técnicas adquiridas por cada alumno o alumna durante el desarrollo del proyecto.
- Evaluar las competencias personales y sociales del alumnado relativas a comunicación.

Para la preparación y desarrollo de la exposición se propondrá al alumnado el uso de las nuevas tecnologías, utilizando aplicaciones informáticas para la elaboración de presentaciones en diapositivas, formatos de página web, etc. Para ello utilizarán, también, cañones de proyección y ordenadores, familiarizándose con herramientas que les resultarán útiles en su futuro desempeño laboral.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

A la hora de evaluar el módulo, se considera importante realizar una evaluación del proyecto como producto final y del proceso de elaboración seguido, recogiendo información sobre el funcionamiento del equipo de trabajo, la implicación de cada miembro en las tareas y el proyecto en general, las dificultades surgidas en el equipo, las competencias personales y sociales adquiridas por cada alumno o alumna, etc.

También se propone que una parte de la calificación refleje la valoración del profesorado en relación a la exposición y defensa del proyecto. En concreto, algunos de los indicadores de evaluación de la exposición pueden ser los siguientes:

- Calidad de diseño de la presentación del proyecto.
- Utilización de recursos de apoyo en la presentación: recursos informáticos, modelos o maquetas, etc.
- Claridad de la exposición.
- Organización de la exposición.
- Dinamismo de la exposición.
- Eficacia de la exposición.
- Habilidades de comunicación demostradas: tono de voz, expresión verbal, comunicación no verbal...
- Capacidad de responder a preguntas planteadas por el equipo de profesores evaluadores y profesoras evaluadoras.



Es necesario que todos los alumnos y todas las alumnas del equipo participen activamente en la defensa del proyecto, ya que ello supondrá poder realizar una evaluación individual en la que cada alumno o alumna demuestre que ha alcanzado los resultados de aprendizaje relacionados con el módulo. Así, se intentará garantizar que todas las personas que integran el equipo han colaborado en el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda entregar a cada equipo de proyecto una respuesta detallada, resaltando los puntos fuertes y débiles de la evaluación del producto, el proceso y la exposición del proyecto, ayudando, de este modo, a los alumnos y alumnas a identificar posibles mejoras en sucesivos proyectos que deban realizar y exponer a lo largo de su carrera profesional.

## Módulo Profesional 13 FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Formación y Orientación Laboral</b>
Código:	0829
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	99 horas
Curso:	1º
Nº de Créditos:	5
Especialidad del profesorado:	Formación y Orientación Laboral (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Tipo de módulo:	Módulo transversal
Objetivos generales:	Todos

### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del título.
- Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil.
- Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral asociados al titulado o a la titulada.
- Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los y las miembros de un equipo.
- e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

**3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del Derecho del Trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios identificando los principales elementos que lo integran.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

**4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de la Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de la figura de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de la Seguridad Social.
- e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador o una trabajadora, y las cuotas correspondientes a la figura de trabajador o trabajadora y de empresario o empresaria.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de la Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.

- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

**5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador o de la trabajadora.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo asociados al perfil profesional del título.
- e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional.
- 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 título.

**6. Participa en la elaboración de un Plan de Prevención de Riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- 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.
- c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores y de las trabajadoras en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben 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 titulado o de la titulada.
- g) Se ha proyectado un Plan de Emergencia y Evacuación de una pequeña o mediana empresa.

**7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral asociado al título.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen 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.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.

- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de personas heridas en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- 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.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras, y su importancia como medida de prevención.

### c) Contenidos básicos:

1. PROCESO DE INSERCIÓN LABORAL Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.</li> <li>- Identificación de itinerarios formativos relacionados con el título.</li> <li>- Definición y análisis del sector profesional del título.</li> <li>- Planificación de la propia carrera:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establecimiento de objetivos laborales a medio y largo plazo compatibles con necesidades y preferencias.</li> <li>▪ Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada.</li> </ul> </li> <li>- Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones.</li> <li>- Cumplimentación de documentos necesarios para la inserción laboral (carta de presentación, currículum vitae...), así como la realización de test psicotécnicos y entrevistas simuladas.</li> </ul>
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.</li> <li>- El proceso de toma de decisiones.</li> <li>- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector.</li> <li>- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.</li> </ul>
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado o de la titulada.</li> <li>- Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos.</li> <li>- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.</li> <li>- Valoración de los itinerarios profesionales para una correcta inserción laboral.</li> <li>- Compromiso hacia el trabajo. Puesta en valor de la capacitación adquirida.</li> </ul>

### 2. GESTIÓN DEL CONFLICTO Y EQUIPOS DE TRABAJO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de una organización como equipo de personas.</li> <li>- Análisis de estructuras organizativas.</li> <li>- Análisis de los posibles roles de sus integrantes en el equipo de trabajo.</li> <li>- Análisis de la aparición de los conflictos en las organizaciones: compartir espacios, ideas y propuestas.</li> <li>- Análisis de distintos tipos de conflicto, intervinientes y sus posiciones de partida.</li> </ul>
-----------------	---



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de los distintos tipos de solución de conflictos, la intermediación y buenos oficios.</li> <li>- Análisis de la formación de los equipos de trabajo.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La estructura organizativa de una empresa como conjunto de personas para la consecución de un fin.</li> <li>- Clases de equipos en la industria del sector según las funciones que desempeñan.</li> <li>- Análisis de la formación de los equipos de trabajo.</li> <li>- La comunicación como elemento básico de éxito en la formación de equipos.</li> <li>- Características de un equipo de trabajo eficaz.</li> <li>- Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.</li> <li>- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la aportación de las personas en la consecución de los objetivos empresariales.</li> <li>- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.</li> <li>- Valoración de la comunicación como factor clave en el trabajo en equipo.</li> <li>- Actitud participativa en la resolución de conflictos que se puedan generar en los equipos de trabajo.</li> <li>- Ponderación de los distintos sistemas de solución de conflictos.</li> </ul>

<b>3. CONDICIONES LABORALES DERIVADAS DEL CONTRATO DE TRABAJO</b>	
<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de fuentes del Derecho Laboral y clasificación según su jerarquía.</li> <li>- Análisis de las características de las actividades laborales reguladas por el TRLET.</li> <li>- Formalización y comparación, según sus características, de las modalidades de contrato más habituales.</li> <li>- Interpretación de la nómina.</li> <li>- Análisis del convenio colectivo de su sector de actividad profesional.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuentes básicas del Derecho Laboral: Constitución, Directivas comunitarias, Estatuto de los Trabajadores, Convenio Colectivo.</li> <li>- El contrato de trabajo: elementos del contrato, características y formalización, contenidos mínimos, obligaciones del empresario o la empresaria, medidas generales de empleo.</li> <li>- Tipos de contrato: indefinidos, formativos, temporales, a tiempo parcial.</li> <li>- La jornada laboral: duración, horario, descansos (calendario laboral y fiestas, vacaciones, permisos).</li> <li>- El salario: tipos, abono, estructura, pagas extraordinarias, percepciones no salariales, garantías salariales.</li> <li>- Deducciones salariales: bases de cotización y porcentajes, IRPF.</li> <li>- Modificación, suspensión y extinción del contrato.</li> <li>- Representación sindical: concepto de sindicato, derecho de sindicación, asociaciones empresariales, conflictos colectivos, la huelga, el cierre patronal.</li> <li>- El convenio colectivo. Negociación colectiva.</li> <li>- Nuevos entornos de organización del trabajo: externalización, teletrabajo...</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de necesidad de la regulación laboral.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés por conocer las normas que se aplican en las relaciones laborales de su sector de actividad profesional.</li> <li>- Reconocimiento de los cauces legales previstos como modo de resolver conflictos laborales.</li> <li>- Rechazo de prácticas poco éticas e ilegales en la contratación de trabajadores o trabajadoras, especialmente, en los colectivos más desprotegidos.</li> <li>- Reconocimiento y valoración de la función de los sindicatos como agentes de mejora social.</li> </ul>
--	--

#### 4. SEGURIDAD SOCIAL, EMPLEO Y DESEMPLEO

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la importancia de la universalidad del sistema general de la Seguridad Social.</li> <li>- Resolución de casos prácticos sobre prestaciones de la Seguridad Social.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El sistema de la Seguridad Social: campo de aplicación, estructura, regímenes, entidades gestoras y colaboradoras.</li> <li>- Principales obligaciones de empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.</li> <li>- Acción protectora: asistencia sanitaria, maternidad, incapacidad temporal y permanente, lesiones permanentes no invalidantes, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia.</li> <li>- Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones.</li> <li>- Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento del papel de la Seguridad Social en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.</li> <li>- Rechazo hacia las conductas fraudulentas, tanto en cotización como en las prestaciones de la Seguridad Social.</li> </ul>

#### 5. EVALUACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis y determinación de las condiciones de trabajo.</li> <li>- Análisis de factores de riesgo.</li> <li>- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.</li> <li>- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.</li> <li>- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales.</li> <li>- Identificación de los ámbitos de riesgo en la empresa.</li> <li>- Establecimiento de un protocolo de riesgos según la función profesional.</li> <li>- Distinción entre accidente de trabajo y enfermedad profesional.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El concepto de "riesgo profesional".</li> <li>- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.</li> <li>- Riesgos específicos en el entorno laboral asociado al perfil.</li> <li>- Daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.</li> </ul>

<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva.</li> <li>- Valoración de la relación entre trabajo y salud.</li> <li>- Interés en la adopción de medidas de prevención.</li> <li>- Valoración en la transmisión de la formación preventiva en la empresa.</li> </ul>
----------------------	---

## 6. PLANIFICACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN LA EMPRESA

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso de planificación y sistematización como herramientas básicas de prevención.</li> <li>- Análisis de la norma básica de PRL.</li> <li>- Análisis de la estructura institucional en materia PRL.</li> <li>- Elaboración de un Plan de Emergencia en el entorno de trabajo.</li> <li>- Puesta en común y análisis de distintos planes de emergencia.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El desarrollo del trabajo y sus consecuencias sobre la salud e integridad humanas.</li> <li>- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.</li> <li>- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.</li> <li>- Agentes intervinientes en materia de PRL y Salud, y sus diferentes roles.</li> <li>- Gestión de la prevención en la empresa.</li> <li>- Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva (Técnico Básico o Técnica Básica en PRL).</li> <li>- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.</li> <li>- Planificación de la prevención en la empresa.</li> <li>- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la importancia y necesidad de la PRL.</li> <li>- Valoración de su posición como agente de PRL y SL.</li> <li>- Valoración de los avances para facilitar el acceso a la SL por parte de las instituciones públicas y privadas.</li> <li>- Valoración y traslado de su conocimiento a los planes de emergencia del colectivo al que pertenece.</li> </ul>

## 7. APLICACIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN EN LA EMPRESA

<b>procedimentales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de diversas técnicas de prevención individual.</li> <li>- Análisis de las obligaciones empresariales y personales en la utilización de medidas de autoprotección.</li> <li>- Aplicación de técnicas de primeros auxilios.</li> <li>- Análisis de situaciones de emergencia.</li> <li>- Realización de protocolos de actuación en caso de emergencia.</li> <li>- Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.</li> </ul>
<b>conceptuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.</li> <li>- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.</li> <li>- Urgencia médica / Primeros auxilios. Conceptos básicos.</li> <li>- Tipos de señalización.</li> </ul>
<b>actitudinales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la previsión de emergencias.</li> </ul>

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valoración de la importancia de un plan de vigilancia de la salud.</li> <li>- Participación activa en las actividades propuestas.</li> </ul> |
|--|---|

## d) Orientaciones metodológicas

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de este módulo, se sugieren las siguientes recomendaciones:

### 1) Secuenciación

Esta propuesta de secuenciación y organización de los contenidos se basa en la lógica del itinerario de inserción laboral que seguirá el alumnado al finalizar el ciclo formativo que esté realizando, es decir, los pasos que tendrá que dar desde que finalice el ciclo hasta que acceda a un empleo y se establezca en dicho empleo o finalice la relación laboral.

El itinerario que seguirá el alumnado tendrá 4 momentos:

- a) Búsqueda de empleo.
- b) Incorporación a la empresa y periodo de adaptación.
- c) Desempeño del puesto de trabajo.
- d) Finalización de la relación laboral y salida de la empresa.

#### a) Búsqueda de empleo:

La propuesta de desarrollar al inicio del módulo de FOL estos contenidos se debe a que, tras la finalización del ciclo formativo, lo primero que deberá hacer el alumnado es buscar empleo. En concreto se desarrollarán los contenidos referentes a:

- proyecto y objetivo profesional.
- oportunidades de empleo y aprendizaje en Europa.
- acceso al empleo público, privado o por cuenta propia.
- fuentes de información relacionadas con la búsqueda de empleo.

#### b) Incorporación a la empresa y periodo de adaptación:

A continuación, si el alumnado ha tenido éxito en su proceso de búsqueda de empleo, llegará el momento de incorporarse a la empresa. En este periodo de su vida laboral, deberá utilizar capacidades relacionadas con los siguientes contenidos:

- El derecho del trabajo y sus fuentes.
- Derechos derivados de la relación laboral.
- Modalidades de contratación y medidas de fomento de la contratación.
- El Sistema de la Seguridad Social.
- Convenios colectivos de trabajo.
- Fuentes de información relacionadas con la incorporación a la empresa.

#### c) Desempeño del puesto de trabajo:

Superado el periodo inicial de incorporación y adaptación al nuevo puesto de trabajo, continuará el periodo de desempeño del puesto hasta la finalización de la relación laboral por cualquiera de los supuestos legalmente contemplados. Los contenidos relacionados con este periodo son:

- Condiciones de trabajo: salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- El recibo de salario o nómina y sus contenidos.
- La Seguridad Social: prestaciones y trámites.

- Modificación y suspensión del contrato.
- Asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
- La representación de los trabajadores y de las trabajadoras.
- La negociación colectiva.
- Los conflictos colectivos de trabajo.
- Trabajo en equipo.
- El conflicto.
- Nuevos entornos de organización del trabajo.
- Beneficios para los trabajadores y para las trabajadoras en las nuevas organizaciones.
- Riesgos profesionales.
- Planificación y aplicación de medidas de protección y prevención.

d) Finalización de la relación laboral y salida de la empresa:

En el caso de que finalice la relación laboral, el alumnado deberá tener las competencias necesarias para afrontar este periodo. Los contenidos a desarrollar son:

- Extinción del contrato de trabajo y sus consecuencias.
- La liquidación de haberes o finiquito.
- Trámites relacionados con la Seguridad Social: bajas.
- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.
- Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.

En los casos en los que el alumnado no continúe en la empresa por finalización de la relación laboral, deberá comenzar, nuevamente, el proceso de búsqueda de empleo, vendrá un nuevo periodo de incorporación a la empresa, etc.

## 2) Aspectos metodológicos

En principio, parece apropiado que el profesor o la profesora realice una presentación y desarrollo de los contenidos del módulo, siempre, teniendo como referente el entorno socio-económico más cercano.

En una segunda fase, se dará un mayor peso a la participación activa del alumnado, mediante el desarrollo de diversas actividades, individualmente o en grupo, que le permitan concretar los conceptos, y desarrollar las habilidades y destrezas: exposición de las experiencias personales del alumnado, utilización de noticias de prensa, uso de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación).

A la hora de abordar el apartado de trabajo en equipo y los conflictos que se generan, se pueden utilizar conflictos que se dan en el entorno del aula, relaciones alumnado-profesorado, conflictos en el ámbito familiar, cuadrillas, etc., para analizar comportamientos de las partes y su posible solución.

En el desarrollo del módulo, parece pertinente recurrir a la colaboración de expertos (miembros de comités de empresa, delegados y delegadas sindicales, abogados y abogadas laboristas, etc.) para conocer de cerca situaciones y conflictos laborales.

En el ámbito de la prevención de riesgos laborales parece conveniente desarrollar prácticas de primeros auxilios, técnicas de extinción, visitas a centros de trabajo, etc., para lo cuál, sería necesaria la colaboración de organizaciones como Cruz Roja, Osalan, Inspección de trabajo, Servicios de extinción de incendios, etc. Se ha de tener presente

que, tras la superación del módulo, el alumnado adquiere las responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisen las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales.

Además, a nivel metodológico, se recomienda desarrollar los contenidos del módulo mediante metodologías activas, como el trabajo en equipo y el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP-PBL).

Por último, para un adecuado desarrollo de las técnicas de búsqueda de empleo, sería conveniente la realización de un caso práctico, simulando una búsqueda de empleo real por parte del alumnado: elaboración de documentos generalmente utilizados para esta actividad (currículo, carta de presentación), y selección de ofertas de empleo en los medios de comunicación más habituales.

### 3) Actividades significativas y aspectos críticos de la evaluación

- ✓ Descripción del sector productivo de referencia:
  - Análisis de la evolución del sector productivo de referencia.
  - Identificación del nivel de empleabilidad del sector.
  - Utilización e interpretación de estadísticas y cuadros macroeconómicos.
- ✓ Identificación de los distintos tipos de relaciones laborales y las distintas modalidades de contratación laboral:
  - Análisis de las fuentes del derecho laboral.
  - Identificación de las distintas formas de contratación laboral.
  - Identificación de los derechos y deberes resultantes del contrato de trabajo (incluyendo el sistema de protección social).
- ✓ Determinación de los distintos grupos de trabajo y técnicas de resolución de conflictos:
  - Identificación de la tipología de grupos de trabajo.
  - Análisis de conflicto y sus modalidades de resolución.
- ✓ Identificación de los distintos tipos de riesgos derivados del ejercicio de la profesión:
  - Evaluación de los riesgos que se derivan del ejercicio de la profesión.
  - Identificación de las técnicas de prevención de riesgos laborales.
- ✓ Diseño de un determinado Plan de Prevención y comparación con otros existentes.
  - Identificación de las distintas técnicas utilizadas en primeros auxilios.
- ✓ Descripción de los diversos tipos de mecanismos utilizados en la búsqueda de empleo:
  - Identificación de las distintas fases en el proceso de búsqueda de empleo.
  - Complimentación de la documentación necesaria para conseguir un empleo.
  - Utilización de las TIC como herramienta de búsqueda de empleo.
  - Valoración de la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.



## Módulo Profesional 144

### FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

#### a) Presentación

Módulo profesional:	<b>Formación en Centros de Trabajo</b>
Código:	0830
Ciclo formativo:	Comercio Internacional
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	360 horas
Curso:	2º
Nº de Créditos:	22
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria) Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil profesional
Objetivos generales:	Todos

#### b) Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientela con el desarrollo de la actividad empresarial.
- Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales, desarrollando su actividad profesional de acuerdo a las características del puesto de trabajo y procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
  - La disponibilidad personal y temporal que necesita el puesto de trabajo.
  - Las actitudes personales (puntualidad, empatía...) y profesionales (orden, limpieza, seguridad necesarias para el puesto de trabajo, responsabilidad...)
  - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional y las medidas de protección personal.
  - Los requerimientos actitudinales referidas a la calidad en la actividad profesional.
  - Las actitudes relacionales con el propio equipo de trabajo y con las jerárquicas establecidas en la empresa.
  - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
  - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del o de la profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales que hay que aplicar en la actividad profesional y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud clara de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas y se han aplicado las normas internas y externas vinculadas a la misma.
- e) Se ha mantenido organizado, limpia y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se han interpretado y cumplido las instrucciones recibidas, responsabilizándose del trabajo asignado.
- g) Se ha establecido una comunicación y relación eficaz con la persona responsable en cada situación y miembros de su equipo, manteniendo un trato fluido y correcto.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o imprevisto que se presente.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la adaptación a los cambios de tareas asignadas en el desarrollo de los procesos productivos de la empresa, integrándose en las nuevas funciones.
- j) Se ha comprometido responsablemente en la aplicación de las normas y procedimientos, en el desarrollo de cualquier actividad o tarea.

3. Desarrolla tareas relacionadas con la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
- b) Se han identificado los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones, y se ha gestionado el procedimiento y documentación para la obtención de un préstamo o crédito.
- c) Se han realizado gestiones relacionadas con el pago, cobro y financiación de la compraventa de productos y servicios.
- d) Se han elaborado y gestionado facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos vendidos o servicios prestados.

- e) Se han desarrollado tareas de organización, registro y archivo de la documentación generada en la empresa.
- f) Se ha interpretado la normativa y los requerimientos de emisión y recepción de facturas electrónicas.
- g) Se han calculado los costes y se ha determinado la rentabilidad de las inversiones, así como la solvencia y eficiencia de la empresa.
- h) Se ha participado en el proceso contable y fiscal de la empresa, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal vigente.
- i) Se han realizado las declaraciones periódicas del IVA y de los impuestos sobre beneficios.

4. Realiza estudios comerciales en mercados exteriores relacionados con la internacionalización de la empresa, cumpliendo con los objetivos establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado estudios comerciales de interés para la empresa en mercados exteriores, con vistas a su internacionalización o entrada en nuevos mercados.
- b) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.
- c) Se ha organizado la información obtenida, incorporándola a la base de datos de la empresa, para su utilización en la toma de decisiones.
- d) Se ha evaluado la oportunidad de entrada de nuevos productos en un mercado exterior, valorando las diferentes líneas y gamas de productos.
- e) Se han realizado informes sobre política de precios en un mercado exterior, analizando las variables que componen el precio del producto.
- f) Se ha seleccionado la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.
- g) Se han seleccionado las acciones de promoción comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior, analizando las alternativas de comunicación comercial disponibles.
- h) Se ha elaborado un Plan de *Marketing* Internacional, seleccionando la información de base o *briefing* de productos.

5. Realiza gestiones administrativas relativas a las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado sistemas para la obtención y tratamiento de la información y documentación relacionada con las operaciones de comercio internacional.
- b) Se han gestionado procedimientos administrativos en las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición.
- c) Se ha elaborado la documentación necesaria para la gestión administrativa de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.
- d) Se ha elaborado la oferta de mercancías destinadas a la exportación que se ha de enviar al cliente o clienta, utilizando diferentes Incoterms.
- e) Se han interpretado las cláusulas que, habitualmente, se incluyen en los contratos de compraventa internacional de mercancías.
- f) Se ha confeccionado el contrato de compraventa internacional, reflejando en sus cláusulas el Incoterm y demás pactos y condiciones acordadas entre las partes.
- g) Se ha elaborado la documentación vinculada a las operaciones de compraventa internacional, utilizando aplicaciones informáticas específicas.
- h) Se ha procesado y archivado, manual e informáticamente, la información generada en las operaciones de compraventa internacional.

- i) Se ha utilizado la lengua inglesa en la gestión administrativa de operaciones de comercio internacional.

6. Desarrolla tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de almacenaje, transporte y distribución internacional de mercancías, garantizando la integridad de las mismas, y la optimización de espacios y medios disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las necesidades de compra de materiales y productos que eviten la ruptura de *stocks*.
- b) Se han elaborado órdenes de compra de materiales, indicando el momento y destino en el almacén.
- c) Se han seleccionado los proveedores o proveedoras y negociado las condiciones de la compra.
- d) Se han gestionado los *stocks* del almacén para minimizar los costes.
- e) Se ha gestionado y controlado el presupuesto del almacén para detectar y corregir desviaciones provenientes de la asignación de costes.
- f) Se han supervisado los procesos realizados en el almacén, de acuerdo con los sistemas de mejora de la calidad del servicio y los planes de formación/reciclaje del personal.
- g) Se ha gestionado el transporte internacional de la mercancía más adecuado, en función del tipo de mercancía, puntos de origen y destino y coste del servicio.
- h) Se ha gestionado el contrato de transporte internacional de la mercancía, en función del medio de transporte utilizado y del Incoterm pactado.
- i) Se ha gestionado el seguro de la mercancía durante el transporte, en función de la modalidad de transporte utilizado y de las condiciones pactadas en el contrato de compraventa.

7. Realiza la gestión de las operaciones de comercialización de la empresa, contactando con la clientela y/o proveedores o proveedoras en mercados exteriores, y participando en actividades de negociación y contratación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado las técnicas adecuadas de búsqueda y selección de clientela, y/o proveedores y proveedoras internacionales.
- b) Se han identificado los términos y condiciones comerciales que deben cumplir la clientela ,y/o proveedores y proveedoras internacionales.
- c) Se han seleccionado agentes, intermediarios, clientela y/o proveedoras o proveedores corporativos, en función de los objetivos marcados por la organización.
- d) Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras internacionales, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con la clientela.
- e) Se han elaborado informes de la selección de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras internacionales, en soportes informáticos.
- f) Se ha realizado el mantenimiento y actualización de las bases de datos y los ficheros de clientes y clientas, y/o proveedores y proveedoras, de forma periódica.
- g) Se han elaborado los presupuestos y ofertas para clientela de otros países, teniendo en cuenta las condiciones acordadas y el Incoterm pactado.
- h) Se ha utilizado la lengua inglesa en los procesos de negociación y comercialización de la empresa.

8. Realiza gestiones de financiación internacional y de pago/cobro de operaciones de importación/introducción y exportación/expedición de mercancías, de acuerdo con las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado sistemas para el tratamiento de la información/documentación relacionados con las operaciones de financiación internacional.
- b) Se ha participado en la gestión de operaciones de financiación de exportaciones y/o importaciones, calculando, en cada caso, los riesgos y costes financieros que generan.
- c) Se ha elaborado la documentación necesaria para la gestión de los créditos vinculados a las operaciones de comercio internacional.
- d) Se han calculado los costes financieros y se ha elaborado el cuadro de amortización de un préstamo, utilizando la aplicación informática apropiada.
- e) Se ha cumplimentado la documentación específica necesaria para la obtención de un crédito, con apoyo oficial a la exportación de productos, servicios y/o proyectos.
- f) Se ha gestionado la documentación específica necesaria vinculada a un concurso o licitación internacional.
- g) Se ha gestionado la documentación necesaria para realizar el cobro o el pago de las operaciones de compraventa internacional.
- h) Se ha elaborado y gestionado la documentación relativa a los distintos medios de pago internacionales y las garantías asociadas a los mismos.
- i) Se ha utilizado la lengua inglesa en la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional y en la gestión de los medios de pago internacionales

### c) Situaciones de aprendizaje en puesto de trabajo

Se relacionan, a continuación, una serie de situaciones de trabajo que representan posibles actividades a desarrollar por el alumnado durante su estancia en el centro de trabajo.

- ✓ Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.
- ✓ Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
- ✓ Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.
- ✓ Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.
- ✓ Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
- ✓ Realizar estudios y propuestas para las acciones del Plan de *Marketing* Internacional.
- ✓ Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios.
- ✓ Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
- ✓ Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.
- ✓ Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
- ✓ Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.



- ✓ Organizar, gestionar y controlar la distribución capilar de mercancías.
- ✓ Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
- ✓ Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.
- ✓ Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.
- ✓ Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.
- ✓ Realizar encuestas y/o entrevistas, utilizando las técnicas y procedimientos establecidos.
- ✓ Organizar y controlar la actividad de los encuestadores o encuestadoras.
- ✓ Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.



## 4. ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS MÍNIMOS

### 4.1 Espacios:

ESPACIO FORMATIVO	SUPERFICIE M <sup>2</sup> / 30 ALUMNOS O ALUMNAS	SUPERFICIE M <sup>2</sup> / 20 ALUMNOS O ALUMNAS
Aula polivalente	60	40
Aula técnica de Comercio y Marketing	100	75

### 4.2 Equipamientos:

ESPACIO FORMATIVO	EQUIPAMIENTO
Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PCs instalados en red, con conexión a Internet para el alumnado.</li> <li>- PC para el profesor o profesora.</li> <li>- Escáner.</li> <li>- Impresora.</li> <li>- Mobiliario de aula.</li> <li>- Cañón de proyección.</li> <li>- Pantalla de proyección.</li> <li>- Reproductor audiovisual.</li> <li>- Pizarra electrónica.</li> <li>- Dispositivos de almacenamiento de datos, memorias USB, discos duros portátiles, CD y DVD.</li> <li>- Licencias de sistema operativo.</li> <li>- Licencia de uso de aplicaciones informáticas generales: procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos, presentaciones, correo electrónico, retoque fotográfico, cortafuegos, antivirus, compresores y edición de páginas web.</li> <li>- <i>Software</i> básico de informática y específico del ciclo.</li> </ul>
Aula técnica de Comercio y Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PC del profesor, integrado en la red, con conexión a Internet.</li> <li>- Cañón de proyección.</li> <li>- Pizarra electrónica.</li> <li>- Licencias de sistema operativo.</li> <li>- <i>Software</i> básico de informática y específico del ciclo.</li> <li>- Dispositivos electrónicos de almacenamiento de datos, memorias USB, discos duros portátiles, CD y DVD.</li> <li>- Impresora multifunción en red.</li> <li>- Terminal de Punto de Venta (TPV)..</li> </ul>

## 5 PROFESORADO

### 5.1 Especialidades del profesorado, y atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Comercio Internacional.

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0622. Transporte internacional de mercancías	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procesos Comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional</li> </ul>
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0625. Logística de almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procesos Comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional</li> </ul>
0627. Gestión administrativa del comercio internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0822. Sistema de información de mercados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procesos Comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional</li> </ul>
0823. <i>Marketing</i> internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0824. Negociación internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0825. Financiación internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0826. Medios de pago internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización y Gestión Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>
0827. Comercio digital internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procesos Comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional</li> </ul>
0179. Inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inglés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria</li> </ul>

0828. Proyecto de Comercio Internacional	• Organización y Gestión Comercial	• Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
	• Procesos Comerciales	• Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional
0829. Formación y Orientación Laboral	• Formación y Orientación Laboral	• Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
0830. Formación en Centros de Trabajo	• Organización y Gestión Comercial	• Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria
	• Procesos Comerciales	• Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional

## 6. CONVALIDACIONES ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES

MÓDULOS PROFESIONALES INCLUIDOS EN CICLOS FORMATIVOS ESTABLECIDOS EN (LOGSE 1/1990)	MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO COMERCIO INTERNACIONAL (LOE 2/2006)
Gestión administrativa del comercio internacional	0627. Gestión administrativa del comercio internacional
<i>Marketing</i> internacional	0823. <i>Marketing</i> internacional
Negociación internacional	0824. Negociación internacional
Financiación internacional	0825. Financiación internacional
Medios de pago internacionales	0826. Medios de pago internacionales
Almacenaje de productos	0625. Logística de almacenamiento
Transporte internacional de mercancías	0622. Transporte internacional de mercancías
Lengua extranjera en comercio internacional(*)	0179. Inglés
Formación en centro de trabajo del título de Técnico Superior en Comercio Internacional	0830. Formación en Centros de Trabajo

(\*) Si la lengua extranjera que se ha cursado es Inglés

## 7. RELACIONES DE TRAZABILIDAD Y CORRESPONDENCIA ENTRE MÓDULOS PROFESIONALES DEL TÍTULO Y UNIDADES DE COMPETENCIA

### 7.1 Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación o exención

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC1013_3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.	0622. Transporte internacional de mercancías
UC1423_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.	0623. Gestión económica y financiera de la empresa
UC1014_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos. UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.	0625. Logística de almacenamiento
UC0242_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.	0627. Gestión administrativa del comercio internacional
UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.	0822. Sistema de información de mercados
UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del Plan de <i>Marketing</i> Internacional.	0823. <i>Marketing</i> internacional
UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios.	0824. Negociación internacional
UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.	0825. Financiación internacional
UC0244_3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.	0826. Medios de pago internacionales
UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.	0179. Inglés (*)

Nota: Las personas matriculadas en este ciclo formativo que tengan acreditadas todas las unidades de competencia incluidas en el título de acuerdo con el procedimiento establecido en el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, tendrán convalidado el módulo profesional 0827. "Comercio digital internacional".

(\*) Podrá convalidarse de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 66.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación.

## 7.2 Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
0622. Transporte internacional de mercancías	UC1013_3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	UC1423_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.
0625. Logística de almacenamiento	UC1014_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos. UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
0627. Gestión administrativa del comercio internacional	UC0242_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.
0822. Sistema de información de mercados	UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
0823. <i>Marketing</i> internacional	UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del Plan de <i>Marketing</i> Internacional.
0824. Negociación internacional	UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios.
0825. Financiación internacional	UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
0826. Medios de pago internacionales	UC0244_3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.
0179. Inglés	UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.



*Instituto Vasco del Conocimiento  
de la Formación Profesional  
Lanbide Heziketaren  
Ezagutzaren Euskal Institutua*

Vía Galindo Kalea, 14  
48910 – Sestao, Bizkaia

T. 944 47 40 37  
F. 944 47 38 62

[www.ivac-eei.eus](http://www.ivac-eei.eus)  
[web@ivac-eei.eus](mailto:web@ivac-eei.eus)

**Fp**

**EUSKADI**  
LANBIDE HEZIKETA



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

HEZKUNTZA SAILA  
Lanbide Heziketako Sailburuordetza

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN  
Viceconsejería de Formación  
Profesional