I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN

19501 *Real Decreto 1522/2011, de 31 de octubre, por el que se establecen cinco certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y Marketing que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad y se actualiza el certificado de profesionalidad establecido como anexo I del Real Decreto 1377/2008, de 1 de agosto.*

La Ley 56/2003, de 16 de diciembre, de Empleo, establece, en su artículo 3, que corresponde al Gobierno, a propuesta del actual Ministerio de Trabajo e Inmigración, y previo informe de este Ministerio a la Conferencia Sectorial de Empleo y Asuntos Laborales, la elaboración y aprobación de las disposiciones reglamentarias en relación con, entre otras, la formación profesional ocupacional y continua en el ámbito estatal, así como el desarrollo de dicha ordenación.

El artículo 26.1 de la citada Ley 56/2003, de 16 de diciembre, tras la modificación llevada a cabo por el Real Decreto-ley 3/2011, de 18 de febrero, de medidas urgentes para la mejora de la empleabilidad y la reforma de las políticas activas de empleo, se ocupa del subsistema de formación profesional para el empleo, en el que, desde la entrada en vigor del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo, que lo regula, han quedado integradas las modalidades de formación profesional en el ámbito laboral –la formación ocupacional y la continua. Dicho subsistema, según el reseñado precepto legal y de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/2002, de las Cualificaciones y la Formación Profesional, se desarrollará en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional y del Sistema Nacional de Empleo.

Por su parte, la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, entiende el Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional como el conjunto de instrumentos y acciones necesarios para promover y desarrollar la integración de las ofertas de formación profesional y la evaluación y acreditación de las competencias profesionales. Instrumentos principales de ese Sistema son el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales y el procedimiento de reconocimiento, evaluación, acreditación y registro de las mismas. En su artículo 8, la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, establece que los certificados de profesionalidad acreditan las cualificaciones profesionales de quienes los han obtenido y que serán expedidos por la Administración competente, con carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. Además, en su artículo 10.1, indica que la Administración General del Estado, de conformidad con lo que se establece en el artículo 149.1.30.ª y 7.ª de la Constitución y previa consulta al Consejo General de la Formación Profesional, determinará los títulos y los certificados de profesionalidad, que constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

El Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, según el artículo 3.3 del Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, en la redacción dada al mismo por el Real Decreto 1416/2005, de 25 de noviembre, constituye la base para elaborar la oferta formativa conducente a la obtención de los títulos de formación profesional y de los certificados de profesionalidad y la oferta formativa modular y acumulable asociada a una unidad de competencia, así como de otras ofertas formativas adaptadas a colectivos con necesidades específicas. De acuerdo con lo establecido en el artículo 8.5 del mismo real decreto, la oferta formativa de los certificados de profesionalidad se ajustará a los indicadores y requisitos mínimos de calidad que garanticen los aspectos fundamentales de un sistema integrado de formación, que se establezcan de mutuo acuerdo entre las Administraciones educativa y laboral, previa consulta al Consejo General de Formación Profesional.

cve: BOE-A-2011-19501

El Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, por el que se regulan los certificados de profesionalidad modificado por el Real Decreto 1675/2010, de 10 de diciembre, define la estructura y contenido de los certificados de profesionalidad, a partir del Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales y de las directrices fijadas por la Unión Europea, y establece que el Servicio Público de Empleo Estatal, con la colaboración de los Centros de Referencia Nacional, elaborará y actualizará los certificados de profesionalidad, que serán aprobados por real decreto.

Por otro lado, en la nueva redacción del artículo 11.2 del texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, introducida por el Real Decreto-ley 10/2011, de 26 de agosto, de medidas urgentes para la promoción del empleo de los jóvenes, el fomento de la estabilidad en el empleo y el mantenimiento del programa de recualificación profesional de las personas que agoten su protección por desempleo, se regula el nuevo contrato para la formación y el aprendizaje en el que se establece que la cualificación o competencia profesional adquirida a través de esta nueva figura contractual será objeto de acreditación a través de, entre otros medios, el certificado de profesionalidad o la certificación parcial acumulable.

En este marco regulador procede que el Gobierno establezca cinco certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y marketing de las áreas profesionales de Logística comercial y gestión del transporte, Marketing y relaciones públicas y Compraventa que se incorporarán al Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad por niveles de cualificación profesional atendiendo a la competencia profesional requerida por las actividades productivas, tal y como se recoge en el artículo 4.4 y en el anexo II del Real Decreto 1128/2003, anteriormente citado.

Por otro lado, de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 del real decreto 34/2008, de 18 de enero, se actualiza el certificado de profesionalidad establecido como anexo I en el Real Decreto 1377/2008, de 1 de agosto, por el que se establecen dos certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y marketing que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad.

En el proceso de elaboración de este real decreto ha emitido informe el Consejo General de la Formación Profesional, el Consejo General del Sistema Nacional de Empleo y ha sido informada la Conferencia Sectorial de Empleo y Asuntos Laborales.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Trabajo e Inmigración y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 28 de octubre de 2011,

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*

Este real decreto tiene por objeto establecer cinco certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y Marketing que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad, regulado por el Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, por el que se regulan los certificados de profesionalidad, modificado por el Real Decreto 1675/2010, de 10 de diciembre.

Dichos certificados de profesionalidad tienen carácter oficial y validez en todo el territorio nacional y no constituyen una regulación del ejercicio profesional.

Artículo 2. *Certificados de profesionalidad que se establecen.*

Los certificados de profesionalidad que se establecen corresponden a la familia profesional comercio y marketing y son los que a continuación se relacionan, cuyas especificaciones se describen en los anexos que se indican:

Familia profesional: Comercio y Marketing.

– Anexo I. Actividades auxiliares de almacén. Nivel 1.
– Anexo II. Gestión y control del aprovisionamiento. Nivel 3.

cve: BOE-A-2011-19501

– Anexo III. Marketing y compraventa internacional . Nivel 3.
– Anexo IV. Atención al cliente, consumidor o usuario. Nivel 3.
– Anexo V. Gestión administrativa y financiera del comercio internacional. Nivel 3.

Artículo 3. *Estructura y contenido.*

El contenido de cada certificado de profesionalidad responde a la estructura establecida en los apartados siguientes:

a) En el apartado I: Identificación del certificado de profesionalidad.
b) En el apartado II: Perfil profesional del certificado de profesionalidad.
c) En el apartado III: Formación del certificado de profesionalidad.
d) En el apartado IV: Prescripciones de los formadores.
e) En el apartado V: Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos.

Artículo 4. *Requisitos de acceso a la formación de los certificados de profesionalidad.*

1. Corresponderá a la Administración laboral competente la comprobación de que los alumnos poseen los requisitos formativos y profesionales para cursar con aprovechamiento la formación en los términos previstos en los apartados siguientes.
2. Para acceder a la formación de los módulos formativos de los certificados de profesionalidad de los niveles de cualificación profesional 2 y 3 los alumnos deberán cumplir alguno de los requisitos siguientes:

a) Estar en posesión del Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria para el nivel 2 o título de Bachiller para nivel 3.
b) Estar en posesión de un certificado de profesionalidad del mismo nivel del módulo o módulos formativos y/o del certificado de profesionalidad al que desea acceder.
c) Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 1 de la misma familia y área profesional para el nivel 2 o de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional para el nivel 3.
d) Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado medio para el nivel 2 o de grado superior para el nivel 3, o bien haber superado las correspondientes pruebas de acceso reguladas por las administraciones educativas.
e) Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años.
f) Tener los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

Artículo 5. *Formadores.*

1. Las prescripciones sobre formación y experiencia profesional para la impartición de los certificados de profesionalidad son las recogidas en el apartado IV de cada certificado de profesionalidad y se deben cumplir tanto en la modalidad presencial como a distancia.
2. De acuerdo con lo establecido en el artículo 13.3 del Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, podrán ser contratados como expertos para impartir determinados módulos formativos que se especifican en el apartado IV de cada uno de los anexos de los certificados de profesionalidad, los profesionales cualificados con experiencia profesional en el ámbito de la unidad de competencia a la que está asociado el módulo.
3. Para acreditar la competencia docente requerida, el formador/a o persona experta deberá estar en posesión del certificado de profesionalidad de Formador ocupacional o formación equivalente en metodología didáctica de formación profesional para adultos.

Del requisito establecido en el párrafo anterior estarán exentos:

a) Quienes estén en posesión de las titulaciones universitarias oficiales de licenciado en Pedagogía, Psicopedagogía o de Maestro en cualquiera de sus especialidades, de un título universitario de graduado en el ámbito de la Psicología o de la Pedagogía, o de un título universitario oficial de posgrado en los citados ámbitos.

cve: BOE-A-2011-19501

b) Quienes posean una titulación universitaria oficial distinta de las indicadas en el apartado anterior y además se encuentren en posesión del Certificado de Aptitud Pedagógica o de los títulos profesionales de Especialización Didáctica y el Certificado de Cualificación Pedagógica. Asimismo estarán exentos quienes acrediten la posesión del Master Universitario habilitante para el ejercicio de las Profesiones reguladas de Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Escuelas Oficiales de Idiomas.

c) Quienes acrediten una experiencia docente contrastada de al menos 600 horas en los últimos siete años en formación profesional para el empleo o del sistema educativo.

4. Los formadores que impartan formación a distancia deberán contar con formación y experiencia en esta modalidad, en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, así como reunir los requisitos específicos que se establecen para cada certificado de profesionalidad. A tal fin, las autoridades competentes desarrollarán programas y actuaciones específicas para la formación de estos formadores.

Artículo 6. *Contratos para la formación y el aprendizaje.*

La formación inherente a los contratos para la formación y el aprendizaje se realizará, en régimen de alternancia con la actividad laboral retribuida, en los términos previstos en el desarrollo reglamentario contemplado en el artículo 11.2.d) del texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, según redacción dada por el Real Decreto-ley 10/2011, de 26 de agosto, de medidas urgentes para la promoción del empleo de los jóvenes, el fomento de la estabilidad en el empleo y el mantenimiento del programa de recualificación profesional de las personas que agoten su protección por desempleo.

Artículo 7. *Formación a distancia.*

1. Cuando el módulo formativo incluya formación a distancia, ésta deberá realizarse con soportes didácticos autorizados por la administración laboral competente que permitan un proceso de aprendizaje sistematizado para el participante que deberá cumplir los requisitos de accesibilidad y diseño para todos y necesariamente será complementado con asistencia tutorial.

2. Los módulos formativos que, en su totalidad, se desarrollen a distancia requerirán la realización de, al menos, una prueba final de carácter presencial.

Artículo 8. *Centros autorizados para su impartición.*

1. Los centros y entidades de formación que impartan formación conducente a la obtención de un certificado de profesionalidad deberán cumplir con las prescripciones de los formadores y los requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento establecidos en cada uno de los módulos formativos que constituyen el certificado de profesionalidad.

2. La formación inherente a los contratos para la formación y el aprendizaje realizada en régimen de alternancia con la actividad laboral retribuida, se impartirá en los centros formativos de la red a la que se refiere la disposición adicional quinta de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, previamente reconocido para ello por el Sistema Nacional de Empleo.

Artículo 9. *Correspondencia con los títulos de formación profesional.*

La acreditación de unidades de competencia obtenidas a través de la superación de los módulos profesionales de los títulos de formación profesional surtirán los efectos de exención del módulo o módulos formativos de los certificados de profesionalidad asociados a dichas unidades de competencia establecidos en el presente real decreto.

cve: BOE-A-2011-19501

Disposición adicional única. *Nivel de los certificados de profesionalidad en el marco europeo de cualificaciones.*

Una vez que se establezca la relación entre el marco nacional de cualificaciones y el marco europeo de cualificaciones, se determinará el nivel correspondiente de los certificados de profesionalidad establecidos en este real decreto dentro del marco europeo de cualificaciones.

Disposición transitoria única. *Contratos para la formación vigentes.*

La formación teórica de los contratos para la formación concertados con anterioridad a la entrada en vigor del Real Decreto-ley 10/2011, de 26 de agosto, de medidas urgentes para la promoción del empleo de los jóvenes, el fomento de la estabilidad en el empleo y el mantenimiento del programa de recualificación profesional de las personas que agoten su protección por desempleo, se regirá por la normativa legal o convencional vigente en la fecha en que se celebraron.

Disposición final primera. *Título competencial.*

El presente Real Decreto se dicta en virtud de las competencias que se atribuyen al Estado en el artículo 149.1.1.ª, 7.ª y 30.ª de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia exclusiva para la regulación de las condiciones básicas que garanticen la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y en el cumplimiento de los deberes constitucionales; la legislación laboral; y la regulación de las condiciones de obtención, expedición y homologación de títulos académicos y profesionales y normas básicas para el desarrollo del artículo 27 de la Constitución, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de los poderes públicos en esta materia.

Disposición final segunda.

Conforme a lo establecido en el artículo 7 del Real decreto 34/2008, de 18 de enero, se actualiza el certificado de profesionalidad «actividades de venta», previsto en el anexo I del Real Decreto 1377/2008, de 1 de agosto, por el que se establecen dos certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y marketing que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad, en los términos siguientes:

Uno. Se sustituye la tabla completa que figura en el apartado IV «prescripción de los formadores» por la que a continuación se especifica:

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0239_2: Operaciones de venta	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el titulo de grado correspondiente o otros títulos equivalentes. • Técnico Superior de la familia profesionales de Comercio y Marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing. • Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing.	2 años	4 años

cve: BOE-A-2011-19501

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0240_2: Operaciones auxiliares de venta	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el titulo de grado correspondiente o otros títulos equivalentes. • Técnico Superior de la familia profesionales de Comercio y Marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing. • Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing.	2 años	4 años
MF0241_2: Información y atención al consumidor	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Técnico superior en Gestión comercial y marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing. • Certificado de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa o Marketing y relaciones públicas de la familia Profesional de Comercio y Marketing.	2 años	4 años
MF1002_2: Inglés para actividades profesionales	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua extranjera correspondiente o título de grado equivalente. • Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua extranjera o titulación equivalente. • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de la lengua correspondiente como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos. • Titulación universitaria cursada en un país de habla de la lengua extranjera, en su caso, con la correspondiente homologación.	2 años	Imprescindible acreditación

Dos. Se modifica el apartado «V Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos», sustituyendo los espacios del «aula de gestión» y el «aula de idiomas» por el «aula técnica de gestión e idiomas» que figura en el «anexo IV Atención al cliente, consumidor o usuario» de este real decreto.

cve: BOE-A-2011-19501

Disposición final tercera. *Desarrollo normativo.*

Se autoriza al Ministro de Trabajo e Inmigración para dictar cuantas disposiciones sean precisas para el desarrollo de este real decreto.

Disposición final cuarta. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 31 de octubre de 2011.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Trabajo e Inmigración,
VALERIANO GÓMEZ SÁNCHEZ

cve: BOE-A-2011-19501

ANEXO I

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: ACTIVIDADES AUXILIARES DE ALMACÉN

Código: COML0110

Familia profesional: Comercio y Marketing

Área profesional: Logística comercial y gestión del transporte

Nivel de cualificación profesional: 1

Cualificación profesional de referencia:

COM411_1 Actividades auxiliares de almacén (RD 1179/2008, de 11 de julio)

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

UC1325_1: Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.
UC1326_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.
UC0432_1: Manipular cargas con carretillas elevadoras.

Competencia general:

Realizar operaciones auxiliares de almacén, recepción, desconsolidación, ubicación básica, preparación y expedición de cargas y descargas, de forma coordinada o en equipo, bajo la supervisión de un responsable, siguiendo las instrucciones recibidas, y aplicando los procedimientos y equipos adecuados, en condiciones de productividad y respetando la normativa de seguridad, salud y prevención de riesgos.

Entorno Profesional:

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad profesional, por cuenta ajena, en el almacén o depósito de empresas y organizaciones de cualquier naturaleza, pública y privada, bajo la supervisión directa de un responsable.

Sectores productivos:

En todos los sectores productivos, teniendo un marcado carácter transectorial.

Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:

9811.1024 Mozos/as de carga y descarga, almacén y/o mercado de abastos.
9811.1024 Mozo/a de almacén.
8333.1015 Conductores/as-Operadores/as de carretillas elevadoras, en general.
8333.1015 Carretillero/a.
9700.1010 Embaladores/as-Empaquetadores/as-Etiquetadores/as, a mano.
9700.1010 Preparador/a de pedidos.
9811.1060 Peones/as del transporte en general.
Operario/a de logística.

cve: BOE-A-2011-19501

Duración de la formación asociada: 210 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF1325_1: Operaciones auxiliares de almacenaje (80 horas).
MF1326_1: (Transversal) Preparación de pedidos (40 horas).
MF0432_1: (Transversal) Manipulación de cargas con carretillas elevadoras (50 horas).

MP0287: Módulo de prácticas profesionales no laborales de actividades auxiliares de almacén (40 horas).

Vinculación con capacitaciones profesionales:

La formación establecida en el módulo formativo MF0432_1 (Transversal) «Manipulación de cargas con carretillas elevadoras» garantiza el nivel de conocimientos necesarios para el desempeño de las funciones de conducción de carretillas elevadoras, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1215/1997 de 18 de julio.

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Denominación: REALIZAR LAS OPERACIONES AUXILIARES DE RECEPCIÓN, COLOCACIÓN, MANTENIMIENTO Y EXPEDICIÓN DE CARGAS EN EL ALMACÉN DE FORMA INTEGRADA EN EL EQUIPO.

Nivel: 1

Código: UC1325_1

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Realizar las operaciones de comprobación, desconsolidación y desembalaje de cargas, de acuerdo con las instrucciones recibidas y procedimientos establecidos, de forma integrada con el resto de los miembros del almacén y utilizando el equipo y medios adecuados en condiciones de seguridad y salud.

CR1.1 Las ordenes de trabajo, verbales o documentales recibidas, se interpretan identificando el momento, lugar y destino de la carga, tomando las medidas adecuadas, en dicho momento y lugar, en coordinación con los otros miembros de trabajo de forma que se realicen con efectividad, seguridad y prontitud.

CR1.2 Antes de iniciar las operaciones, el estado de la carga se examina visualmente, en colaboración con el responsable o conductor del medio de transporte, comunicando a los responsables, en caso de existir, los indicios de posibles anomalías, desperfectos o huecos en la carga por desplazamiento, faltas, sustracciones u otras causas y anotando si es preciso las especificaciones observadas.

CR1.3 El tipo de presentación de la carga –bultos, cajas, palés, mercancías a granel, en cisterna u otros– y su referencia y características –peligrosas, refrigerados, perecederas y animales vivos u otras– se comprueba que corresponde con las reflejadas en la etiqueta y documentación que la acompaña –albarán y/o documento de transporte u otros– comunicando, con exactitud y prontitud, las diferencias observadas al superior jerárquico o responsable del almacén.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.4 El destino de la carga –almacenaje, tránsito en el almacén o «cross docking» entre otros– se identifica en el albarán o documento de transporte comunicando, en caso necesario, las discrepancias y anomalías observadas respecto a las órdenes recibidas a su superior con precisión y prontitud.

CR1.5 La desconsolidación de la carga y, en caso necesario, desembalaje, se realiza manualmente y/o utilizando herramientas adecuadas en función de la mercancía y equipos disponibles, tanto en el vehículo como en el almacén, respetando las características específicas de manipulación de los bultos, palés o mercancías, en condiciones de seguridad y salud y recogiendo, en caso de existir, los residuos generados y colocándolos en el lugar asignado.

CR1.6 Las operaciones se realizan con seguridad y eficacia, minimizando comportamientos propios de pasividad e inhibición ante las tareas o resultados a lograr, de acuerdo con el procedimiento o protocolo establecido en el almacén.

CR1.7 Las instrucciones e información de las placas y documentos del equipo, manual o automotor, de manipulación de la carga y las mercancías se aplican al realizar las operaciones de descarga y desconsolidación, respetando las medidas de seguridad e higiene del almacén.

CR1.8 Las operaciones se realizan observando todas las medidas de seguridad e higiene necesarias y garantizando la integridad y conservación de la carga y mercancías.

RP2: Realizar el marcado y etiquetado de la carga, comprobando los datos de identificación y codificación, utilizando el equipo y herramientas específicas de etiquetado y marcaje, con el fin de facilitar su localización y garantizar su trazabilidad.

CR2.1 La etiqueta e información necesaria para el marcaje e identificación de la carga o unidad de almacenaje en el almacén, se obtiene de los responsables o instrumentos y sistemas informáticos generadores de los mismos, comprobando la exactitud y correspondencia de la codificación y datos que contiene código -EAN (European Article Number) u otra descripción, características de conservación y manipulación, origen, destino, lote y caducidad entre otros.

CR2.2 En caso de observar errores de correspondencia entre la etiqueta y marcaje de la carga o mercancía se informa de ellos con prontitud a los superiores, siguiendo el procedimiento establecido y garantizando la actualización, veracidad y correspondencia del sistema organizativo del almacén –radiofrecuencia u otro– registrando, en caso necesario, el error en el sistema o documentación del almacén.

CR2.3 El marcado y etiquetado de la carga y mercancías se realiza con prontitud y eficacia, de forma manual o utilizando el equipo o herramientas de etiquetado y marcaje específicas, siguiendo el procedimiento y normas internas de la organización y colocando la etiqueta o marca en lugar visible de forma que se facilite la lectura del código y la identificación de la carga o mercancía sin necesidad de movimientos y manipulación.

RP3: Realizar el recuento de mercancías utilizando el equipo adecuado, con la periodicidad e instrucciones recibidas, para detectar huecos, necesidades de aprovisionamiento y mantener actualizada la información periódica de stocks del almacén.

CR3.1 El recuento de mercancías e inventario periódico del almacén se realiza siguiendo las instrucciones recibidas del superior, de acuerdo con los niveles de precisión y periodicidad determinada y utilizando el equipo de identificación y recuento disponible tales como: lectores de códigos de barras y/o asistente personal digital (PDAs) entre otros.

CR3.2 Los huecos, desabastecimiento y roturas de stocks del almacén se detectan con efectividad y prontitud, registrando los datos según el procedimiento o instrucciones recibidas.

cve: BOE-A-2011-19501

CR3.3 La información procedente del recuento de mercancías se comunica de acuerdo al procedimiento establecido, a los superiores registrándola, en su caso, en el documento de control o en la aplicación informática correspondiente utilizando el equipo o aplicación correspondiente.

CR3.4 El recuento se realiza en coordinación con los otros miembros del equipo de trabajo interactuando con ellos e integrando comportamientos de escucha activa para el desempeño efectivo del trabajo.

RP4: Colocar la carga o mercancías en el lugar asignado, optimizando el tiempo y espacio, siguiendo criterios de organización y colocación establecidos y utilizando el equipo adecuado respetando las normas de seguridad e higiene.

CR4.1 El destino o lugar de almacenaje de las mercancías se identifica en el documento u orden de trabajo interpretando la información en la documentación, orden o etiqueta y utilizando, en su caso, el equipo de identificación y localización de las mercancías establecido.

CR4.2 En caso de no existir hueco en el lugar asignado para la colocación de las mercancías, la búsqueda del espacio necesario más apropiado se efectúa considerando las características de las mismas, complementaridad, trazabilidad u otros criterios de colocación y almacenaje establecidos y respetando las normas de seguridad del almacén.

CR4.3 La ubicación y destino final real de las mercancías existentes en el almacén se registra con exactitud y rigor en los documentos y/o sistema de registro de la información del almacén para su transmisión a los superiores.

CR4.4 Las mercancías se colocan con efectividad, prontitud y facilitando manipulaciones posteriores, respetando las normas de manipulación y conservación de las mercancías, criterios de colocación y almacenaje establecidos y respetando las normas de seguridad y salud.

CR4.5 El equipo de manutención y colocación del almacén se utiliza con destreza y adoptando las medidas de higiene postural y equipo de protección individual adecuado al movimiento de colocación necesario.

CR4.6 La agrupación y ordenación de las mercancías, en el lugar asignado del almacén, se realiza atendiendo a sus características, optimizando el espacio disponible de acuerdo con los criterios de colocación, almacenaje y normas de seguridad y compatibilidad de mercancías/productos del almacén.

CR4.7 Las zonas de carga, descarga, «picking», estanterías, líneas de producción y áreas de depósito se abastecen reponiendo, de forma ágil e inmediata, cuando las cantidades existentes estén por debajo de las cifras indicadas en las instrucciones existentes al respecto y siguiendo los criterios establecidos e instrucciones recibidas.

CR4.8 La colocación o estiba de la carga en contenedores, unidades de transporte o vehículos, según proceda, se realiza atendiendo a sus características y optimizando el espacio disponible, utilizando el equipo disponible, anclajes u otras herramientas que garanticen la estabilidad de la carga de acuerdo con los criterios de estiba y normas de seguridad y salud establecidos.

CR4.9 Las medidas preventivas de lesiones en la manipulación manual y colocación de productos se adoptan respetando las normas de seguridad y salud y utilizando el equipo de protección individual adecuado.

RP5: Verificar los elementos y condiciones de la carga y mercancías de acuerdo a los procedimientos establecidos e instrucciones recibidas.

CR5.1 La lista o «packing list» de la expedición se verifica observando y contrastando las cargas a expedir y la información sobre las mismas contenidas en las etiquetas y/o marcaje.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.2 La veracidad y exactitud de los datos de destino de la carga se comprueba en el albarán de salida comunicando al superior las incidencias y/o discrepancias observadas.

CR5.3 La adecuación de las condiciones de expedición de las cargas se comprueban con la orden de expedición, albarán o documento de transporte, siguiendo instrucciones y los procedimientos establecidos.

CR5.4 La integridad de la carga se preserva comprobando que cumple los procedimientos establecidos para la expedición de cargas y mercancías.

CR5.5 El estado de los elementos de seguridad y sujeción de la carga –cables, cadenas, eslingas y ganchos de sujeción– se comprueba detectando posibles deformaciones y registrando las averías detectadas y las reparaciones o acciones realizadas para corregirlas.

RP 6: Mantener el orden y limpieza de la zona de trabajo, realizando las actividades de mantenimiento de primer nivel del almacén y utilizando el equipo adecuado, de acuerdo con las normas, procedimientos e instrucciones recibidas, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos y gestión medioambiental.

CR6.1 Las zonas de paso, salidas y vías de circulación del almacén se mantienen libres de obstáculos retirando aquellos objetos, bultos, mercancías o residuos utilizando el equipo de protección individual y adoptando las medidas de prevención de riesgos e higiene postural necesarias.

CR6.2 Los residuos y elementos desechables procedentes del desembalado, carga y/o descarga de las mercancías se depositan en los contenedores y lugares destinados a tal fin, de acuerdo a los procedimientos establecidos y normas de gestión de residuos establecidos.

CR6.3 Los obstáculos y objetos no susceptibles de retirar y que pueden provocar un accidente se señalizan, de acuerdo con el procedimiento de actuación interno del almacén y normas de seguridad y salud establecidas.

CR6.4 Los palés vacíos o unidades de manipulación reutilizables se recogen acopiándose en el lugar del almacén especificado al efecto, según su tipología y el uso que se les va a dar posteriormente, siguiendo los procedimientos y criterios establecidos por la organización respetando la normativa de seguridad y salud.

CR6.5 La limpieza de los lugares de trabajo y sus respectivos equipos e instalaciones se realiza con la frecuencia establecida por la organización, y siempre que sea necesario, dando respuesta a la contingencias, utilizando los equipos y medios de trabajo necesarios y aplicando las normas correspondientes al plan de prevención de riesgos y gestión medioambiental del almacén.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

Equipos y terminales portátiles de sistemas de localización y organización de mercancías del almacén. PDAs. Lectores ópticos de códigos de barras. Aplicaciones y equipos de etiquetado y marcaje del almacén (RFID u otros). Equipos de protección individual. Equipos de mantenimiento y limpieza del almacén.

Productos o resultado del trabajo

Operaciones auxiliares de recepción, colocación y expedición de cargas. Identificación de anomalías y desperfectos en cargas. Almacenaje de mercancías. Abastecimiento de zonas de «picking», estanterías, líneas de producción y áreas de depósito. Etiquetado y marcaje de cargas y mercancías. Recuento e inventario periódico de mercancías. Registro auxiliar de la información de mercancías. Mantenimiento del orden y limpieza de las instalaciones y equipos de trabajo del almacén. Cumplimiento del Plan de prevención de riesgos y gestión ambiental del almacén. Trabajo en equipo con el resto de miembros del equipo de trabajo del almacén.

cve: BOE-A-2011-19501

Información utilizada o generada
Instrucciones de recepción/ubicación y expedición de mercancías. Órdenes de trabajo. Albaranes, «packing list» y documentación de carga y transporte de mercancías. Codificación y simbología utilizada habitualmente en el almacén. Interpretación de códigos EAN y etiquetas de mercancías. Manual de procedimientos del almacén. Plan de prevención de riesgos laborales en el almacén. Plan de gestión ambiental y residuos del almacén.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Denominación: PREPARAR PEDIDOS DE FORMA EFICAZ Y EFICIENTE, SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS

Nivel: 1

Código: UC1326_1

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Realizar la selección de mercancías o productos de forma efectiva, ordenada y segura, para la preparación del pedido en el tiempo y forma establecidos, siguiendo las instrucciones recibidas respetando las normas de manipulación, seguridad y salud de acuerdo a la orden de pedido.

CR1.1 El documento del pedido, «packing list» u orden de preparación, se interpreta identificando las características propias de las mercancías o productos que componen el pedido: referencia, ubicación, cantidad, peso, condiciones de manipulación y conservación entre otras, y las condiciones de manipulación manual de los mismos.

CR1.2 La localización de las referencias que componen el pedido se realiza de forma rápida y eficaz atendiendo al orden predefinido de colocación de las mercancías y productos en la unidad de pedido, caja o palé.

CR1.3 En caso de que no existan mercancías o productos disponibles en el lugar previsto, se comunica con prontitud al superior, siguiendo el procedimiento establecido y se busca la ubicación alternativa de la mercancía o producto de acuerdo al sistema de almacenaje establecido.

CR1.4 Las normas y simbología contenida en la etiqueta y marcaje del envase y embalaje y los criterios de estabilidad, robustez, peso y fragilidad de la mercancía o producto se interpretan con precisión y exactitud seleccionando el equipo y cantidad adecuado de acuerdo al procedimiento establecido.

CR1.5 La mercancía o producto se selecciona y coloca en la unidad de pedido, caja o palé entre otros, de forma que se aproveche la capacidad de los mismos, se asegure su estabilidad y visibilidad de las referencias de las mercancías que lo componen respetando las recomendaciones y normas de seguridad tipo RAL de AECOC (Recomendaciones Logísticas de la Asociación Española de Codificación Comercial) u otras.

CR1.6 La información de las mercancías y productos que se incorporan a la unidad de pedido, código y referencia de las mismas, se registra en los documentos de control o en la aplicación informática correspondiente utilizando, en su caso, herramientas de control y validación tales como escáner, lectores de códigos de barras, etiquetas electrónicas, «picking» por voz, u otros.

cve: BOE-A-2011-19501

RP2: Conformar el pedido con exactitud, pesando y garantizando la exactitud y correspondencia, con lo consignado en la orden de preparación y pedido, utilizando las herramientas y equipos de control y peso de mercancías.

CR2.1 Las mercancías o productos que conforman el pedido se extraen, manualmente o con la ayuda del equipo necesario, en la cantidad establecida y en función del peso, altura o características, utilizando el equipo y protección individual necesaria y aplicando los criterios y normas de seguridad y salud establecidos.

CR2.2 Los equipos de pesaje, control y manipulación de mercancías o productos en el almacén se utilizan con exactitud y precisión siguiendo las instrucciones de utilización del fabricante.

CR2.3 Los equipos de protección individual se utilizan correctamente en cada situación de preparación y estiba del pedido, siguiendo las normas de seguridad, salud prevención de riesgos laborales establecidos.

CR2.4 La composición de la unidad de pedido, número y referencia de las mercancías o productos se verifica que coincide con la orden de pedido o «packing list» utilizando las herramientas de control y validación establecidas tales como escáner, lectores de códigos de barras, etiquetas electrónicas o «picking» por voz entre otros.

CR2.5 En el caso de mercancías o productos a granel, la correspondencia de su cantidad y peso se realiza utilizando herramientas de pesaje y conteo específicas y verificando los valores con la orden de pedido.

RP3: Embalar la unidad de pedido, caja o palé, entre otros, utilizando el material, equipos y medios de embalaje adecuados, siguiendo las instrucciones recibidas, en condiciones de seguridad y salud, a fin de preservar la conservación y estabilidad del pedido hasta su destino final.

CR3.1 El tipo de material necesario para realizar el embalaje se emplea en la cantidad adecuada en función de las características de los productos o mercancías-volumen, peso y seguridad requerida entre otros- el destino del pedido y modo de transporte entre otros.

CR3.2 El embalado de la mercancía se realiza manualmente, o utilizando el equipo de embalaje específico, de forma eficaz y eficiente, de acuerdo a los parámetros recibidos, respetando las normas de seguridad y salud y utilizando el equipo de protección individual en caso necesario.

CR3.3 Los elementos necesarios para garantizar la estabilidad, seguridad y conservación de la unidad de pedido –flejes, embalajes secundarios, u otros– se colocan, manualmente o utilizando el equipo mecánico adecuado, siguiendo las instrucciones establecidas y las normas de seguridad y salud.

CR3.4 La unidad de pedido, preparada para su expedición o destino final, se etiqueta, manualmente o utilizando herramientas específicas de etiquetado, de acuerdo con las instrucciones y la orden de preparación recibida verificando la exactitud de los datos contenidos.

CR3.5 En el caso de palés o unidades de pedido normalizadas, la dimensión final del mismo se comprueba que se encuentra dentro de los márgenes indicados en las instrucciones recibidas y recomendaciones sobre unidades de carga eficientes siguiendo el procedimiento establecido.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios

Equipos de preparación, peso, control y validación de pedidos. PDAs, escáneres, pistolas y lectores de códigos de barras. Etiquetas identificativas. Etiquetas electrónicas (RFID). Sistemas y equipos de localización y organización de mercancías en el almacén. Sistemas y equipos de «picking» por voz, RFID u otros. Bandejas,

cve: BOE-A-2011-19501

cajas, palés y unidades de pedido, carga y manipulación. Equipos de manipulación y embalaje de pedidos. Material de embalaje. Equipos de protección individual para la manipulación manual de cargas.

Productos o resultado del trabajo
Preparación de pedidos. Interpretación de pictogramas y simbología en la preparación de pedidos. Peso, conteo y comprobación de pedidos. Embalado de pedidos.

Información utilizada o generada
Documento u orden de pedido. Hoja de preparación de carga, «packing list». Márgenes de robustez y estabilidad de mercancías. Normas de manipulación y embalaje de mercancías. Recomendaciones para la carga eficiente y preparación de pedidos (Tipo RAL de AECOC, Recomendaciones Logísticas de la Asociación Española de Codificación Comercial u otras reconocidas en el sector). Normas de seguridad y salud para la prevención de riesgos laborales en la preparación de pedidos.

Unidad de competencia 3

Denominación: Manipular cargas con carretillas elevadoras

Nivel: 1

Código: UC0432_1

RP1: Interpretar correctamente órdenes de movimiento de materiales y productos para su carga o descarga, con el objeto de proceder a su almacenamiento, suministro, expedición o cualquier otro movimiento en el flujo logístico.

CR1.1 Los materiales y productos objeto de movimiento se identifican, verificando la coincidencia de los mismos con las órdenes escritas o verbales recibidas.

CR1.2 El material o producto se acepta solamente si la unidad de carga no presenta deformaciones o daños aparentes y, si se detectan, se comunican al responsable inmediato.

CR1.3 Los medios de transporte (carretilla convencional, retráctil, transpaleta manual o eléctrica, apilador, entre otros) se seleccionan en función de la carga, operaciones y condicionamientos en que se deben realizar.

CR1.4 En caso de detección de error o no conformidad de la carga se comunica inmediatamente con el responsable del servicio.

RP2: Manejar correctamente los productos y unidades de carga para su posterior manipulación, siguiendo las instrucciones de procedimiento u órdenes recibidas.

CR2.1 Los distintos medios de manipulación se utilizan según protocolo, siguiendo las normas de prevención de riesgos laborales y respetando el medioambiente.

CR2.2 En cada unidad de carga o producto manipulado se comprueba que su apariencia externa es conforme al protocolo establecido.

CR2.3 Las cargas extraídas, mediante desestiba o desapilado, de zonas elevadas se bajan inmediatamente al nivel del suelo antes de realizar maniobras, para evitar riesgos (vuelco de la carretilla, riesgo de accidente para el operador y para el personal del entorno, daño instalaciones, entre otros).

CR2.4 La carga se deposita correctamente en el espacio o alveolo asignado (estantería o a nivel del pavimento), situando la carretilla en ángulo recto respecto a la estantería o carga apilada y con el mástil en posición vertical.

cve: BOE-A-2011-19501

RP3: Manejar carretillas automotoras o manuales, siguiendo los procedimientos establecidos, observando las normas de prevención de riesgos laborales medioambientales.

CR3.1 El operador utiliza correctamente los equipos de manipulación de cargas según la información específica de seguridad recibida.

CR3.2 En los movimientos de cargas se respeta siempre la capacidad de carga nominal de la carretilla, o su capacidad residual en caso de que se monte un implemento.

CR3.3 La disposición y ubicación de la carga y su retención, en caso de emplear implementos, evita todo movimiento no previsto o inseguro.

CR3.4 Los desplazamientos se efectúan por las vías de circulación señalizadas y, a ser posible, separadas de la circulación peatonal, respetando la señalización dispuesta para una conducción segura.

CR3.5 El operador maneja la carretilla utilizando, en todo momento, el equipo de protección individual y el cinturón de seguridad o el sistema de retención, en condiciones de visibilidad suficiente y haciendo uso, cuando sea necesario, de las señales acústicas y luminosas de advertencia.

CR3.6 El recorrido en pendiente hacia abajo se efectúa en marcha atrás, no efectuando cambios de dirección sobre la pendiente.

CR3.7 La carretilla se maneja en condiciones de visibilidad correcta y en caso contrario dicho desplazamiento se efectúa marcha atrás, haciendo uso de las señales acústicas y luminosas de advertencia.

CR3.8 El operador observa, en todas las situaciones, la obligatoriedad de no efectuar el transporte de personas en la carretilla.

CR3.9 Las carretillas se estacionan en las zonas asignadas y autorizadas, se retira la llave de contacto y se acciona el freno de mano.

RP4: Realizar el mantenimiento de primer nivel de las carretillas automotoras de manutención o las de tracción manual, asegurando el cumplimiento de las disposiciones mínimas de seguridad y salud establecidas para su uso.

CR4.1 Los elementos dispuestos para una conducción y manipulación segura tales como frenos, estado de los neumáticos, sistema de elevación, carencia de fugas de liquido hidráulico o combustible, señales acústicas y visuales, entre otros, se revisan en los períodos establecidos.

CR4.2 Las revisiones técnicas establecidas en la legislación vigente sobre condiciones constructivas del equipo para su uso seguro, son conocidas en el ámbito de sus atribuciones, y los incumplimientos son comunicados para ser subsanados.

CR4.3 El mantenimiento de primer nivel se realiza teniendo en cuenta la documentación técnica y los procedimientos establecidos por la empresa.

CR4.4 Las averías detectadas, especialmente las que puedan afectar al funcionamiento y manejo seguro, determinan la paralización del equipo y la comunicación al inmediato superior para su reparación.

RP5: Realizar la carga o descarga de materiales y productos conforme a las instrucciones recibidas y, en su caso, bajo la supervisión de un responsable.

CR5.1 Las cantidades que se van a entregar o recibir son verificadas de acuerdo al albarán de entrega o recepción respectivamente.

CR5.2 Las mercancías se manipulan utilizando los medios adecuados, a fin de evitar alteraciones o desperfectos.

CR5.3 En cada unidad de carga se comprueba que los embalajes, envases o contenedores que protegen la mercancía, se encuentran en buen estado, notificando, en su caso, al responsable las mermas por mal estado o rotura.

CR5.4 La colocación de las cargas en los medios de transporte externos se realiza asegurando la integridad de las mismas, y su ubicación interior se efectúa según instrucciones recibidas.

cve: BOE-A-2011-19501

RP6: Transportar y abastecer de materias primas y materiales a las líneas de producción, así como retirar los residuos generados en los procesos productivos a las zonas previstas para dicho fin.

CR6.1 La orden de salida/entrega de materiales, componentes o suministros se recibe según procedimientos establecidos y se interpreta para preparar los mismos de acuerdo con las instrucciones recibidas.

CR6.2 El transporte de materias primas se realiza utilizando los medios establecidos, en las áreas autorizadas para ello, de manera adecuada y en el momento previsto, a fin de evitar disfunciones en la producción.

CR6.3 Los residuos generados se transportan con la autorización previa, en la que conste que los mismos han recibido, en su caso, los tratamientos adecuados para evitar la contaminación del medioambiente o riesgos para la salud.

CR6.4 Los residuos generados se trasladan con seguridad y se depositan en los lugares o zonas previstos para evitar la contaminación del medioambiente.

RP7: Adoptar las medidas de seguridad establecidas para la prevención de riesgos laborales y de la salud en los trabajadores.

CR7.1 En las actividades que lo requieran, según el plan de prevención de riesgos laborales, se utilizan los equipos de protección individual exigidos.

CR7.2 La manipulación manual de unidades de carga cumple las disposiciones reglamentarias establecidas sobre esta materia, para evitar el riesgo de traumatismos dorsolumbares, entre otros.

CR7.3 Los equipos de protección se mantienen en perfecto estado de uso.

CR7.4 La conducción de carretillas y la manipulación de cargas tiene siempre en cuenta los riesgos potenciales para terceras personas.

CR7.5 Las zonas de estacionamiento de las carretillas se mantienen señalizadas y limpias de materias o elementos que puedan entrañar riesgos para la conducción.

RP8: Colaborar en el control de existencias transmitiendo la información del movimiento de cargas que realiza.

CR8.1 La información que se transmite recoge con precisión las unidades de carga manipuladas.

CR8.2 La información de datos se transmite en forma digital mediante equipos portátiles, o en soporte escrito establecido por la empresa.

CR8.3 La información generada se proporciona en el momento establecido por el responsable, o de acuerdo a las normas de la empresa.

Contexto profesional

Medios de producción

Carretillas automotoras de manutención, eléctricas o térmicas, con la capacidad nominal de carga necesaria. Carretillas manuales. Equipos portátiles de transmisión de datos. Lectores de códigos de barras y otros. Contenedores y paletas. Estanterías adecuadas a la tipología de las cargas. Mercancías de diversa procedencia y naturaleza.

Productos y resultados

Unidades de carga manipuladas, transportadas, estibadas o apiladas.

Información utilizada o generada

Utilizada: Normativa que desarrolla la ley de prevención de riesgos laborales, estableciendo las disposiciones mínimas de seguridad y salud. Órdenes ministeriales por la que se aprueban los reglamentos de manipulación manual de carga, así como, las de carretillas automotoras de manutención. Órdenes de movimiento de carga o descarga de productos, de transporte y/o de suministro interno. Codificación

cve: BOE-A-2011-19501

de materiales y productos. Normas UNE. Documentación emitida por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo u otras públicas o privadas. Generada: Documentos escritos y en soporte digital para el control del movimiento y transporte de materiales y productos.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: OPERACIONES AUXILIARES DE ALMACENAJE

Código: MF1325_1

Nivel de cualificación profesional: 1

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1325_1: Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.

Duración: 80 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Diferenciar las funciones y características de distintos tipos de almacén, sus zonas y equipo de trabajo, en empresas/organizaciones tanto industriales como comerciales y de servicios.

CE1.1 Describir las características básicas de distintos tipos de almacén y depósitos según su naturaleza y función, en empresas /organizaciones industriales, comerciales y de servicios.

CE1.2 Identificar las características básicas de las operaciones de un almacén-tipo así como el circuito o flujo de mercancías que se produce en el mismo.

CE1.3 Diferenciar las funciones de cada zona del almacén según el tipo de almacén y las operaciones básicas del mismo.

CE1.4 Relacionar los puestos que habitualmente trabajan en almacén y las funciones y responsabilidades que ejecutan señalando la necesidad de trabajar de forma integrada y profesional.

– Diferenciar las distintas zonas de recepción, expedición, «picking» y movimiento entre otras.
– Señalar el circuito que siguen las mercancías/productos en el almacén desde su entrada hasta su expedición.

C2: Interpretar la información y elementos básicos de la documentación, órdenes de trabajo y registro habituales de las operaciones propias del almacén tales como recepción, almacenaje, carga u otras.

CE2.1 A partir de distintos tipos de documentación propia del almacén -albaranes, ordenes de trabajo, notas de entrega y los acuses de recibo correspondientes a las mercancías expedidas entre otros- diferenciar las operaciones y actividades a las que hacen referencia.

CE2.2 A partir de documentación básica de operaciones de almacén y órdenes de trabajo interpretar los datos contenidos en albaranes, órdenes de trabajo, packing list, notas de entrega y los acuses de recibo correspondientes a la mercancías diferenciando el tipo, características de las mercancías, origen y destino de las operaciones especificadas.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.3 A partir de distintos casos de operaciones de almacén sustentados con documentación específica incompleta cumplimentar los elementos para completar la operación con eficacia.

CE2.4 Argumentar la utilidad de las etiquetas y codificación de mercancías en la organización y calidad del servicio de almacén.

CE2.5 A partir de distintas etiquetas identificativas de cargas, bultos y mercancías descifrar la información contenida en el código EAN (European Articule Number), lote, punto de origen, punto de destino, fecha de rotación y caducidad entre otros.

CE2.6 En un supuesto práctico debidamente caracterizado de operaciones de almacenaje de mercancías:

– Identificar el lugar y situación de la mercancía a partir de los datos que contiene la orden de trabajo, albarán y/o etiqueta.
– Determinar el lugar de ubicación y destino de la mercancía a partir de la información contenida en la etiqueta en el embalaje de los bultos/cargas.
– Determinar las condiciones de conservación, manipulación y movimiento de la mercancía a partir de las etiquetas y símbolos de manipulación y transporte que contiene una determinada mercancía.

CE2.7 A partir de distintos casos de operaciones del almacén convenientemente caracterizadas con órdenes de trabajo debidamente cumplimentadas:

– Determinar el lugar y punto de recepción, medio de llegada, hora prevista y características de las mercancías y destino de la misma en tránsito o almacenaje.
– Diferenciar el equipo de manipulación necesario para la recepción de las mercancías en el almacén.
– Simular la realización de la operación, con efectividad y utilizando el equipo adecuado, de acuerdo a la orden de trabajo.

C3: Identificar los criterios de actuación, integración y cooperación profesional propios del operario de almacén para ofrecer un servicio de almacén de calidad.

CE3.1 Describir las relaciones funcionales y jerárquicas fundamentales que caracterizan un equipo de trabajo habitual en un almacén-tipo.

CE3.2 Explicar el concepto de cliente interno y externo al servicio de almacén de una empresa de cara a la prestación de un servicio de calidad.

CE3.3 Identificar las posibles estrategias o variantes –uno sólo, uno con uno, uno con algunos, uno con todos, todos con uno– en las formas de trabajo de operaciones básicas de almacén.

CE3.4 Justificar la importancia de la integración y participación activa en un equipo de trabajo para ofrecer un servicio de almacén de calidad.

CE3.5 A partir de distintos casos de situaciones de trabajo propias de un equipo de almacén con al menos 2 o 3 operarios, con instrucciones concretas y diferentes pautas de trabajo dadas por un supuesto coordinador:

– Especificar el objetivo fundamental de la operación de almacén.
– Identificar las actividades a realizar por cada miembro del grupo de trabajo.
– Identificar las pautas de coordinación definidas y las personas con quienes hay que coordinarse para realizar las tareas asignadas.
– Precisar el grado de autonomía para su realización.
– Precisar los resultados que se han de obtener.
– Interpretar quién, cómo y cuándo debe controlar el cumplimiento de las instrucciones.
– Describir los criterios de calidad que han de guiar la propia actuación a nivel individual y en equipos.

CE3.6 A partir de simulaciones y rol-playing de diferentes casos en operaciones de almacén convenientemente caracterizadas, en los que se parte de un grupo de trabajo ya funcionando, con unos objetivos y roles determinados, con un coordinador:

– Identificar los roles desempeña cada miembro del grupo.

cve: BOE-A-2011-19501

– Especificar las actividades el trabajo a realizar que requieren de la colaboración de otros o con otros y qué procedimientos hay que seguir para ello.
– Especificar los criterios de calidad del trabajo a realizar.
– Describir qué pautas de actuación personal son fundamentales para integrarse como un miembro más, en cuanto a la actitud personal hacia el trabajo y hacia el resto de los miembros.

CE3.7 A partir de simulaciones y rol-playing de diferentes casos en operaciones de almacén debidamente caracterizados, en un almacén, aplicar pautas verbales y no verbales del comportamiento asertivo para:
– Expresar opiniones, expectativas o deseos ante una supuesta situación de trabajo en un grupo.
– Dar respuestas negativas o de rechazo a una demanda o petición concreta de otro miembro.
– Realizar peticiones o solicitar aclaraciones, información a un miembro del supuesto grupo de trabajo y o instrucciones al responsable directo.
– Expresar críticas a otros miembros de un supuesto grupo de trabajo relacionadas con la actividad profesional.
– Recibir críticas de un supuesto miembro del grupo de trabajo mostrando signos de comportamiento positivo.
– Defender opiniones ante un supuesto grupo de trabajo que no comparte el punto de vista propio.

CE3.8 A partir de simulaciones operativas y rol-playing de diferentes casos de situaciones convenientemente caracterizados en los que se proponen relaciones y roles determinados en situaciones de conflicto propias del almacén:
– Identificar las pautas de actuación propias relacionando las condiciones más adecuadas para intervenir, en función de la técnica para afrontar conflictos.
– Simular la aplicación de pautas adecuadas de comportamiento ante conflictos: identificando el momento adecuado para intervenir –cuando la tensión se ha rebajado–, utilizando comportamientos de escucha atenta, expresiones de empatía, respeto y tolerancia ante las discrepancias, opiniones, argumentaciones y actuaciones de los demás.
– Presentar clara y ordenadamente y, de acuerdo con las pautas básicas de control emocional, nuestro punto de vista, siendo objetivos y separando en todo momento la persona del problema.
– Indagar a través de preguntas y con expresiones empáticas, posibles alternativas y hacer propuestas aceptables para su solución.
– Revisar la propia actuación, identificando fallos, mejoras y prioridades.

C4: Relacionar las medidas de prevención de riesgos que deben tomarse en los accidentes habituales de las operaciones y manipulación de cargas en el almacén.

CE4.1 Explicar los riesgos y accidentes más frecuentes de las operaciones de almacenaje: lumbalgias, hernias, pinzamientos en pies y manos, caída de altura de personas u objetos, vuelco, contacto eléctrico, entre otros.

CE4.2 Describir los efectos y accidentes más habituales en la colocación y estiba de las mercancías sobre la estabilidad y seguridad en una estantería, unidad de carga, contenedor o vehículo de transporte y relacionarlos con los medios o sistemas de sujeción habituales.

CE4.3 Exponer las ventajas de la utilización del equipo de protección individual y los equipos de manipulación manual de cargas y mercancías: carretillas de mano, transpalés u otros en las actividades auxiliares del almacén.

CE4.4 En un almacén tipo con el equipo de manutención habitual diferenciar:
– Los riesgos derivados del tipo de mercancía almacenada: hundimiento de niveles de carga, golpes y atropellos por carretillas o equipos de manutención, incendios entre otros.

cve: BOE-A-2011-19501

– Los riesgos derivados de los sistemas fijos de almacenaje: choques o golpes contra la estructura, accidentes de circulación, montaje y desmontaje de estanterías, entre otros.

CE4.5 Relacionar los riesgos de manipulación y el uso de equipos de protección individual y adopción de normas de seguridad e higiene postural diferenciando las mercancías especiales: peligrosas, pesadas y voluminosas entre otras en las operaciones del almacén.

CE4.6 En un supuesto práctico de almacén debidamente caracterizado a partir de la descripción de órdenes de trabajo de apilado y desapilado de carga:

– Identificar los riesgos derivados del apilado/desapilado de la carga.
– Identificar el equipo de protección individual adecuado a la operación y características de las mercancías.
– Simular la adopción de las medidas preventivas y utilización del equipo de protección individual e higiene postural.

CE4.7 Explicar las medidas que deben tomarse en caso de incendio en un almacén interpretando adecuadamente la señalización básica y las consecuencias derivadas de su no cumplimiento.

CE4.8 En un supuesto práctico debidamente caracterizado de incendio o accidente en un almacén, simular las medidas a tomar, interpretando correctamente las instrucciones en caso de accidente y el uso de extintores manuales.

C5: Manejar equipos básicos de etiquetado, localización y recuento propios de las actividades y operaciones del almacén cumpliendo las normas de seguridad y salud.

CE5.1 Diferenciar las características y funcionalidad del equipamiento y sistemas de movimientos y colocación habituales en distintos tipos de almacén.

CE5.2 Señalar las ventajas y necesidad de minimizar los movimientos y tiempos de recorrido en las operaciones y movimientos básicos de mercancías en un almacén-tipo.

CE5.3 Diferenciar las características y funcionalidad de los equipos de identificación y localización de mercancías/productos en el almacén.

CE5.4 Identificar los equipos y tendencias a la automatización de los almacenes y el papel de los operarios del almacén en ellos valorando la realización del trabajo de forma coordinada e integrada con el resto de miembros del almacén.

CE5.5 Describir las ventajas y función de la implantación de sistemas de radiofrecuencia y etiquetas inteligentes en el almacén.

CE5.6 En un supuesto práctico debidamente caracterizado de orden de almacenamiento de mercancías:

– Reconocer los riesgos derivados del manejo y apilado/desapilado de la carga y necesidad de respetar las normas de seguridad y salud.
– Identificar los pasos para realizar las operaciones de colocación/estiba, enganche y sujeción de cargas.
– Identificar los dispositivos y elementos de seguridad: cables, cadenas, eslingas y ganchos de sujeción.
– Simular la realización de la orden de trabajo utilizando el equipo necesario y dispositivos de seguridad.

CE5.7 A partir de la simulación de un almacén con un determinado número de bultos o productos, simular el recuento, etiquetado y verificación del estado de las mercancías e identificación de huecos o desabastecimientos utilizando el equipo de identificación y comprobación-pistola láser, etiquetadora y PDAs entre otros.

C6: Valorar la necesidad e implicaciones de mantener el orden y limpieza en el almacén para la realización efectiva de las operaciones.

CE6.1 Explicar las ventajas de la adopción de medidas de orden, limpieza y mantenimiento en la realización del trabajo individual y en la manipulación de mercancías.

cve: BOE-A-2011-19501

CE6.2 Describir las operaciones de limpieza, desinfección, desinsectación y desratización de las instalaciones.
CE6.3 Asociar, los diferentes tipos de residuos y elementos desechables, susceptibles de reciclaje, generados en un almacén con el contenedor adecuado.
CE6.4 Razonar la importancia de mantener el entorno de trabajo limpio y ordenado, argumentando las implicaciones y consecuencias que tiene en un comportamiento profesional.
CE6.5 En casos prácticos debidamente caracterizados de mantenimiento básico de primer nivel en un almacén:
– Describir las medidas de orden y mantenimiento necesarias para la realización del trabajo del almacén.
– Limpiar con productos, equipos y herramientas adecuados.
– Desinfectar, desinsectar y desratizar con los productos, equipos y herramientas adecuados.
– Limpiar, desinfectar y ordenar los equipos y herramientas utilizadas.
– Realizar la recogida y separación de diferentes tipos de residuos y elementos desechables generados en un almacén para su reciclaje en función de sus características.

C7: Realizar las operaciones de mantenimiento de primer nivel de los medios móviles y equipo de trabajo propios de la manipulación de mercancías en el almacén.
CE7.1 Diferenciar planes de mantenimiento de equipos de manutención y carretillas del almacén.
CE7.2 Valorar el cumplimiento de las inspecciones y planes de mantenimiento de primer nivel de los equipos de trabajo.
CE7.3 A partir de distintas hojas de instrucción y planes mantenimiento reales de distintos medios y equipos de trabajo del almacén:
– Extraer las medidas de orden y mantenimiento de los medios.
– Diferenciar las actividades y herramientas a utilizar para el cumplimiento de las mismas.
– Simular la realización de dichas actividades.

Contenidos

1. Estructura y tipos de almacén
– Concepto y funciones del almacén.
– Tipología de almacenes:
  ▪ Por tipo de empresa y tamaño.
  ▪ Por tipo de mercancías.
  ▪ Por funciones.
– Diseño de un almacén.
  ▪ Lay-out y plano del almacén.
  ▪ Disposición de áreas.
  ▪ Zonas de trabajo.
– Flujo de mercancías en el almacén.
  ▪ El almacén y la cadena de suministro.
  ▪ Concepto de flujo de mercancías interno.
  ▪ Entradas y salidas.
  ▪ Cargas y descargas.
  ▪ Cross-docking.

2. Operaciones de almacenaje
– Actividades de recepción
  ▪ Muelles de descarga.
  ▪ Documentación.

cve: BOE-A-2011-19501

– Actividades de colocación y ubicación en el almacén.
  - Situación en el almacén.
  - Atención y prevención ante movimiento de mercancías.
– Grupaje de mercancías.
  - Actividades de grupaje.
  - Equipos y herramientas.
– Cross-docking.
  - Concepto.
  - Movimiento interno dentro del almacén.
– Expedición.
  - Preparación de carga para su expedición.
  - Documentación de expedición.
– Aprovisionamiento de líneas de producción.
  - Concepto.
  - Características del aprovisionamiento.
  - Cuellos de botella y abastecimiento.

3. Trabajo en equipo en las operaciones auxiliares de almacenaje.

– Equipo de trabajo y trabajo en equipo en el almacén:
  - Interdependencia en las relaciones profesionales del almacén y operaciones logísticas.
  - Responsabilidad e interacción del operario del almacén.
  - Relaciones con los superiores jerárquicos
  - Relaciones con otros operarios.
  - Relaciones con otros operadores externos a la empresa.
– Aplicación del concepto de trabajo en equipo:
  - Espíritu de equipo.
  - Sinergia.
– Identificación de parámetros para una actuación profesional integrada:
  - Indicadores de calidad del servicio de almacén.
  - Integración de hábitos profesionales.
– Seguridad y cooperación en la utilización de medios y realización de actividades.

4. Documentación básica del almacén.

– La orden de trabajo.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.
– Notas de entrega.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.
– El albarán.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.
– Hoja de pedido.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.
– Packing-list.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.

cve: BOE-A-2011-19501

– Hoja de transporte.
  - Elementos fundamentales del documento.
  - Ejemplos.
  - Errores documentales habituales.

5. Equipos de manutención del almacén:
– Equipo de almacenamiento:
  - Estanterías: Características.
  - Tarimas: Características.
  - Rolls: Características.
– Unidades de manipulación y almacenaje de mercancías.
  - Tipología y normalización de las unidades de manipulación.
  - Paletización, contenerización y apiladores.
– Equipos y medios para la protección física de la mercancía: envases y embalajes.
  - Precintos y equipos de señalización.
– Equipos y medios para movimiento de cargas y mercancías en el almacén:
  - Transpalés: características.
  - Carretillas manuales y automotoras: Características.
  - Apiladoras: Características.

6. Sistemas de identificación, localización y seguimiento de mercancías.
– Identificación, localización y seguimiento de mercancías.
  - Necesidad y ventajas de los sistemas de identificación y seguimiento.
  - Control informático de mercancías.
– Codificación y etiquetas.
  - Tipos de etiquetas.
– Medios:
  - Terminales de radiofrecuencia: ejemplos de uso.
  - PDA: ejemplos.
  - Lectores de barras: ejemplos.
– Terminales portátiles y sistemas de reconocimiento de voz.

7. Seguridad y prevención en las operaciones auxiliares de almacenaje.
– Riesgos y accidentes habituales en el almacén.
– Adopción de medidas preventivas.
– Orden y limpieza en el almacén: entornos de trabajo seguros y saludables.
– Hábitos de trabajo y actividades fundamentales.
– Limpieza: métodos, equipos y materiales.
– Normas básicas de actuación en caso de emergencias e incendios.

8. Mantenimiento de primer nivel de los equipos del almacén.
– Planes de inspección y mantenimiento de los equipos del almacén.
  - Planes de inspección y mantenimiento: objeto, necesidad y obligatoriedad.
  - Periodos de garantía e instrucciones del fabricante.
  - Almacenamiento prolongado: Puesta a punto.
  - Seguridad y medio ambiente.
– Planes de mantenimiento en carretillas:
  - Vida útil de una carretilla: concepto.
  - Unidades de tracción: motor térmico, eléctrico.
  - Tren de rodaje: en triciclo, sobre cuatro ruedas.
  - Detección de anomalías básicas.
  - Montaje y desmontaje de piezas.
  - Recambios y operaciones habituales de mantenimiento.
– Recomendaciones y medidas de prevención de las carretillas en entornos especiales:
  - Mercancías peligrosas.
  - Grandes volúmenes.

cve: BOE-A-2011-19501

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF1325_1	80	60

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: PREPARACIÓN DE PEDIDOS

Código: MF1326_1

Nivel de cualificación profesional: 1

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1326_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.

Duración: 40 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar la información contenida en órdenes de pedido de distinta naturaleza o de diferentes tipos de empresas o almacenes, tanto de carácter comercial como industrial.

CE1.1 Describir los documentos propios de los pedidos en diferentes tipos de empresas de distribución comercial, almacenaje y/o industriales diferenciando al menos:
– Hoja de pedido.
– Albarán.
– Orden de reparto.
– «Packing list» o documento de transporte, u otros.

CE1.2 Diferenciar las fases y diferencias de un proceso de preparación de pedidos en un comercio, tienda o gran superficie, una empresa de servicios de almacén y logística y en una empresa industrial.

CE1.3 A partir de distintos supuestos de preparación de pedidos con documentos incompletos:
– Argumentar las implicaciones que tiene la existencia de errores y/o carencia de datos para la realización efectiva del pedido.
– Cumplimentar correctamente, de forma ordenada y sin tachaduras todos los apartados necesarios.

CE1.4 A partir de los datos contenidos en distintos supuestos de orden de pedido, «packing list» y/o albarán de entrega:
– Clasificar los tipos de productos y condiciones establecidas para la preparación del mismo: unidad de pedido, cantidad, número y referencia de los productos/ mercancías entre otros.

cve: BOE-A-2011-19501

– Agrupar los productos según su correspondencia o características.
– Argumentar las implicaciones que tiene la existencia de errores y/o carencia de datos para la realización efectiva del pedido.

CE1.5 Detallar las ventajas de registrar y documentar los flujos de información derivados de la preparación de pedidos para el control, trazabilidad y abastecimiento de productos.

CE1.6 En un supuesto práctico de transmisión de datos a través de radiofrecuencia, debidamente caracterizado, manejar un equipo portátil de transmisión de datos PDA u otro.

C2: Interpretar la simbología y recomendaciones básicas en la manipulación manual, conservación y embalaje de pedidos de mercancías/productos de distinta naturaleza.

CE2.1 Describir la simbología básica en la manipulación y embalaje de productos básicos de gran consumo, alimentación y no alimentación u otros.

CE2.2 Describir los daños o desperfectos que pueden sufrir las mercancías/productos en su manipulación y colocación en el pedido o unidad de carga cuando no se cumplen las normas y recomendaciones de manipulación contenidas en la etiqueta.

CE2.3 Razonar las exigencias que supone una actitud de prevención y seguridad en la manipulación de mercancías de distintas características, la necesidad de cumplir las normas de manipulación y conservación, en especial, en el caso de mercancías peligrosas y las implicaciones que conlleva no adoptarlas.

CE2.4 Explicar la importancia de la posición de la mercancía/bulto en el bulto o unidad de carga y de la simbología que la determina.

CE2.5 Interpretar los símbolos utilizados habitualmente en el embalaje de los productos para la orientación en la manipulación y siguiendo, por ejemplo la norma ISO 780:1999, RAL (Recomendaciones Logísticas de la Asociación Española de Codificación Comercial) de AECOC, entre otras.

CE2.6 En un caso práctico debidamente caracterizado:
– Interpretar la simbología necesaria para la presentación y recomendaciones de acondicionamiento y manipulación de los bultos y mercancías/productos en función de sus características.
– Describir las actuaciones que deben tomarse consecuencia de dicha simbología o pictograma de movimiento/manipulación.

C3: Aplicar las medidas y normas de manipulación en el pesaje y acondicionamiento de pedidos, de forma manual y utilizando el equipo de manipulación habitual en la preparación de pedidos de acuerdo con unas ordenes y las recomendaciones y normativa de seguridad, higiene y salud.

CE3.1 Explicar los riesgos sobre la salud de determinadas posturas y accidentes propios de la manipulación manual de productos/mercancías.

CE3.2 Describir los riesgos de manipulación de distintos tipos de productos/mercancías peligrosas, pesadas, perecederos, congelados y alimentos entre otras.

CE3.3 A partir de distintas órdenes de pedido, ordenar las mercancías/productos según las instrucciones y considerando la naturaleza y complementariedad de los mismos.

CE3.4 En distintos casos prácticos de órdenes de pedidos perfectamente definidos simular la preparación del pedido:
– Seleccionando las mercancías/productos que conforman el pedido diferenciando número, cantidad y características/calidad del pedido a preparar.
– Organizando las mercancías/productos en una caja o unidad de pedido de forma ordenada, rápida y efectiva aprovechando el espacio disponible óptimamente.
– Utilizando el equipo de protección individual y de manipulación adecuadamente.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.5 A partir de distintos supuestos claramente definidos simular la realización de las operaciones de manipulación manual de mercancías/productos utilizando los equipos de protección individual y aplicando las normas básicas de prevención de riesgos laborales:
– En postura de pie: cerca del tronco, con la espalda derecha, evitando giros e inclinaciones y realizando levantamientos suaves y espaciados.
– En el desplazamiento vertical de una carga: entre la altura de los hombros y la altura de media pierna ayudándose de mesas elevadoras si es necesario.
– Para manipulación de una carga con el centro de gravedad descentrado: con el lado más pesado cerca del cuerpo.
– Para la colocación en estanterías bajas: en postura arrodillado, manteniendo la espalda derecha.

CE3.6 A partir de distintos supuestos claramente definidos realizar las operaciones de manipulación manual de mercancías utilizando los equipos de protección individual y aplicando las normas de prevención de riesgos laborales:
– En postura de pie: cerca del tronco, con la espalda derecha, evitando giros e inclinaciones y realizando levantamientos suaves y espaciados.
– En el desplazamiento vertical de una carga: entre la altura de los hombros y la altura de media pierna ayudándose de mesas elevadoras si es necesario.
– Para manipulación de una carga con el centro de gravedad descentrado: con el lado más pesado cerca del cuerpo.
– Para la colocación en estanterías bajas: en postura arrodillado, manteniendo la espalda derecha.

C4: Realizar distintos tipos de preparación de pedidos y su embalaje, tanto de forma manual como con el equipo de embalaje, aplicando los criterios de etiquetado, peso, volumen y visibilidad de los productos o mercancías a partir de diferentes órdenes de pedido.

CE4.1 Describir los pasos y procedimientos en la preparación de pedidos: selección, agrupamiento, etiquetado y presentación final.

CE4.2 Enumerar las características de los principales tipos de envases, embalajes y sistemas de paletización, relacionándolas con las características físicas y técnicas de los productos/mercancías.

CE4.3 Diferenciar las distintas unidades de manipulación/carga utilizadas habitualmente así como comercialización y venta de productos/mercancías.

CE4.4 Describir la funcionalidad y utilidad de los principales procedimientos de agrupación de productos/mercancías tanto posteriores manipulaciones como durante el transporte.

CE4.5 Enumerar los tipos normalizados de unidades de manipulación, paletas y sistemas de embalaje más habituales en el transporte de cargas o bultos.

CE4.6 Valorar la importancia de la minimización y reducción de residuos en el embalaje de pedidos.

CE4.7 En distintos casos prácticos de órdenes de pedidos perfectamente definidos simular la preparación del pedido utilizando:
– El tipo de embalaje en la cantidad y forma establecidos.
– Los procedimientos de agrupamiento más idóneos según la unidad de pedido.
– El equipo de embalaje, etiquetado y pesaje adecuado.
– Aplicando las medidas y normas de seguridad, higiene y salud establecidas y retirando los residuos generados en la preparación y embalaje.

CE4.8 A partir de distintos casos de orden de pedido de mercancías/productos a granel, con especificación de distintas unidades de medida y peso, pesar y/o medir las cantidades solicitadas en el pedido:
– Manejando con precisión el pesaje y/o conteo manual y/o mecánico.
– Realizar el pesaje respetando la simbología y recomendaciones de manipulación de las mercancías/productos.

cve: BOE-A-2011-19501

Contenidos

1. Operativa de la preparación de pedidos.

- Características y necesidad de la preparación de pedidos en distintos tipos de empresas y actividades.
- Consideraciones básicas para la preparación del pedido.
  - Diferenciación de unidades de pedido y de carga.
  - Tipos de pedido.
  - Unidad de pedido y embalaje.
  - Optimización de la unidad de pedido y tiempo de preparación del pedido.
- Documentación básica en la preparación de pedidos.
  - Documentación habitual.
  - Sistemas de seguimiento y control informático de pedidos.
  - Control informático de la preparación de pedidos.
  - Trazabilidad: concepto y finalidad.
- Registro y calidad de la preparación de pedidos.
  - Verificación del pedido.
  - Flujos de información en los pedidos.
  - Codificación y etiquetado de productos y pedidos.
  - Control y registro de calidad en la preparación de pedidos: exactitud, veracidad y normas de visibilidad y legibilidad de etiquetas.

2. Sistemas y equipos en la preparación de pedidos.

- Equipos de pesaje, manipulación y preparación de pedidos.
- Métodos habituales de preparación de pedidos:
  - Manual.
  - Semiautomático.
  - Automático.
  - Picking por voz.
- Sistemas de pesaje y optimización del pedido.
  - Equipos utilizados habitualmente en el pesaje y medición de pedidos.
  - Unidades de volumen y de peso: interpretación.
- Consideración de técnicas y factores de carga y estiba en las unidades de pedido.
  - Factores operativos de la estiba y carga.
  - Distribución de cargas y aprovechamiento del espacio.
  - Coeficiente o factor de estiba: interpretación y aplicación a la preparación de pedidos.
  - Mercancías a granel.
- Pesaje, colocación y visibilidad de la mercancía en la preparación de distintos tipos de pedidos.
  - Usos y recomendaciones básicas en la preparación de pedidos.
  - Colocación y disposición de productos y/o mercancías en la unidad de pedido.
  - Complementariedad de productos y/o mercancías.
  - Conservación y manipulación de productos y/o mercancías.

3. Envases y embalajes.

- Presentación y embalado del pedido para su transporte o entrega.
  - Consideraciones previas.
  - Embalaje primario: Envase.
  - Embalaje secundario: cajas.
  - Embalaje terciario: palés y contenedor.
- Tipos de embalaje secundario:
  - Bandeja.
  - Box palet.
  - Caja dispensadora de líquidos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Caja envolvente o Wrap around.
- Caja expositora.
- Caja de fondo automático.
- Caja de fondo semiautomático.
- Caja de madera.
- Caja de plástico.
- Caja con rejilla incorporada.
- Caja con tapa.
- Caja de tapa y fondo.
- Caja de solapas.
- Cesta.
- Estuche.
- Film plástico.
- Plató agrícola.
- Saco de papel.

– Otros elementos del embalaje :
- Cantonera.
- Acondicionador.
- Separador.

– Medios y procedimientos de envasado y embalaje.
– Operaciones de embalado manual y mecánico:
- Consideraciones previas: dimensión, número de artículos o envases.
- Empaque.
- Etiquetado.
- Precinto.
- Señalización y etiquetado del pedido.

– Control de calidad: visibilidad y legibilidad del pedido y/o mercancía.
- Recomendaciones de AECOC y simbología habitual.

– Uso eficaz y eficiente de los embalajes: reducir, reciclar y reutilizar.

4. Seguridad y prevención de accidentes y riesgos laborales en la manipulación y preparación de pedidos.

– Fundamentos de la prevención de riesgos e higiene postural en la preparación de pedidos.
- Accidentes y riesgos habituales en la preparación de pedidos.

– Recomendaciones básicas en la manipulación manual de cargas y exposición a posturas forzadas.
- Señalización de seguridad.
- Higiene postural.
- Equipos de protección individual.
- Actitudes preventivas en la manipulación de carga.

– Interpretación de la simbología básica en la presentación y manipulación de productos/mercancías.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF1326_1	40	30

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

cve: BOE-A-2011-19501

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: MANIPULACIÓN DE CARGAS CON CARRETILLAS ELEVADORAS

Código: MF0432_1

Nivel de cualificación profesional: 1

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0432_1 Manipular cargas con carretillas elevadoras establecidas

Duración: 50 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Identificar las condiciones básicas de manipulación de materiales y productos para su carga o descarga en relación con su naturaleza, estado, cantidades, protección y medios de transporte utilizado.

CE1.1 Reconocer la documentación o instrucciones que deben acompañar las mercancías objeto de carga, descarga o traslado en su flujo logístico.

CE1.2 Enumerar las diferentes formas de embalaje y/o envase de protección utilizados que contienen las materias y productos, relacionándolas con su naturaleza y estado de conservación.

CE1.3 Reconocer los métodos de medición y cálculo de cargas para su correcta manipulación.

CE1.4 Enumerar los distintos medios de transporte internos y externos, sus condiciones básicas de utilización, así como su relación con las cargas que manipulan.

CE1.5 En un supuesto práctico de manipulación de cargas:

– Reconocer e interpretar la documentación presentada en diferentes soportes.
– Identificar si el tipo de embalaje o envase es el correcto.
– Observar si la carga cumple las dimensiones y el peso previstos de acuerdo con el entorno integral de trabajo.
– Reconocer si el equipo de manipulación seleccionado es el adecuado a la carga.

C2: Clasificar y describir los distintos tipos de paletización, relacionándolos con la forma de constitución de la carga a transportar.

CE2.1 Identificar las formas básicas de constituir las unidades de carga.

CE2.2 Explicar las condiciones que deben reunir los embalajes o envases para constituir la unidad de carga.

CE2.3 Identificar y clasificar los diferentes tipos de paletas y explicar las aplicaciones fundamentales de las mismas.

CE2.4 Explicar las variaciones en el rendimiento de peso de carga movilizada, en función del aprovechamiento del volumen disponible, según las formas de los productos o su embalaje.

CE2.5 En un caso práctico de manipulación de materiales y productos debidamente caracterizado:

– Interpretar la información facilitada.
– Localizar la situación física de la carga.
– Comprobar que los embalajes, envases, así como, los materiales o productos reúnen las condiciones de seguridad.
– Comprobar que el tipo de paleta o pequeño contenedor metálico seleccionado es el más adecuado para la manipulación y transporte de la unidad de carga, en condiciones de seguridad.

cve: BOE-A-2011-19501

C3: Interpretar y aplicar la normativa referente a la prevención de riesgos laborales y de la salud de los trabajadores.

CE3.1 Reconocer los riesgos derivados del manejo manual de cargas: caídas de objetos, contusiones, posturas de levantamiento, sobreesfuerzos repetitivos, fracturas, lesiones músculo esqueléticas y otros.

CE3.2 Reconocer los riesgos derivados del manejo de máquinas automotoras y de tracción o empuje manual, tales como:
atrapamientos, cortes, sobreesfuerzos, fatiga posicional repetitiva, torsiones, vibraciones, ruido, gases, y otras.

CE3.3 Distinguir los distintos tipos de equipos de protección individual (E.P.I.) adecuados a cada riesgo.

CE3.4 Identificar las medidas de actuación en situaciones de emergencia.

CE3.5 Ante un supuesto simulado de carga, transporte y descarga, perfectamente definido:
– Identificar el equipo de protección individual más adecuado.
– Reconocer los riesgos derivados del manejo de la carga.
– Identificar los riesgos derivados de la conducción del transporte, de la estiba/desestiba, apilado/desapilado de la carga.
– Detallar las posibles situaciones de emergencia que se puedan presentar.

C4: Interpretar la simbología utilizada en las señalizaciones del entorno y en los medios de transporte.

CE4.1 Enumerar los deberes, derechos y reglas de conducta de las personas que manipulan y transportan cargas.

CE4.2 Identificar las señales y placas informativas obligatorias que hacen referencia a la carga, así como otros símbolos de información que debe llevar la carretilla.

CE4.3 Identificar e interpretar las señales normalizadas que deben delimitar las zonas específicas de trabajo, las reservadas a peatones y otras situadas en las vías de circulación, y actuar de acuerdo con las limitaciones del almacén en caso de manipulación en interiores.

CE4.4 Identificar las señales luminosas y acústicas que deben llevar las carretillas, relacionándolas con su tipología y localización normalizada.

C5: Identificar los elementos de las máquinas previstos para la conducción segura, así como las operaciones de mantenimiento de primer nivel.

CE5.1 Interpretar sobre carretillas (o maquetas) los mandos, sistemas y elementos de conducción y manipulación, así como los indicadores de combustible, nivel de carga de batería y otros incluidos en el tablero de control de la carretilla.

CE5.2 Interpretar en las instrucciones del manual de mantenimiento, las operaciones que corresponden a un nivel primario del mismo.

CE5.3 Identificar aquellas anomalías que, afectando a la conducción o manipulación segura, deben ser comunicadas para su inmediata reparación y pueden ocasionar la detención de la carretilla.

CE5.4 En un supuesto práctico en el que la carretilla acusa anomalías:
– Detectar las anomalías.
– Identificar las que tengan su posible origen en defectos de fabricación o mantenimiento.
– Determinar si existen averías cuya reparación supera su responsabilidad y deben ser objeto de comunicación a quien corresponda.
– Realizar las operaciones de mantenimiento que corresponde a su nivel de responsabilidad.

cve: BOE-A-2011-19501

C6: Manipular cargas y/o conducir carretillas, efectuando operaciones convencionales de carga, transporte y descarga de materiales o productos, teniendo en cuenta las medidas de seguridad, prevención de riesgos y señalización del entorno de trabajo.

CE6.1 Localizar la situación de los mandos de conducción y operación de las carretillas, la función que cada uno desempeña y los indicadores de control.

CE6.2 Clasificar e identificar los diferentes tipos básicos de carretillas, relacionándolos con sus aplicaciones (transporte horizontal, tractora, de empuje, elevadora de mástil vertical, inclinable, y otras) y capacidad de carga, teniendo en cuenta la altura de elevación, la distancia del centro de gravedad de la carga al talón de la horquilla o la utilización de implementos.

CE6.3 Explicar las condiciones básicas de estabilidad de las cargas y posibilidades de vuelco en maniobra, relacionándolas con:

– Sistemas y dispositivos de sujeción y elevación de la carga.
– Centros de gravedad de la carretilla y de la carga manipulada.
– Estado del piso de trabajo.

CE6.4 Conducir en vacío carretillas automotoras y manuales, realizando maniobras de frenado, aparcado, marcha atrás y descenso en pendiente, y efectuar las mismas operaciones con la carga máxima admisible.

CE6.5 Recoger unidades de carga introduciendo la horquilla a fondo bajo la paleta y realizar la maniobra de elevación e inclinación del mástil hacia atrás, respetando el tamaño y la altura de la carga para facilitar la visibilidad.

CE6.6 Conducir carretillas automotoras y manuales con carga, controlando la estabilidad de la misma, respectando las señales de circulación, utilizando señales acústicas o lumínicas cuando sea necesario y realizando maniobras de frenado, aparcado, marcha atrás y descenso en pendiente, cuando lo requiera la circulación y el deposito de las mismas, con seguridad y evitando riesgos laborales.

CE6.7 En un supuesto practico de manipulación de cargas, en un pasillo delimitado por estanterías, de anchura igual a la longitud de la carretilla contrapesada, incrementada en la longitud de la carga y 0,4 m de margen de seguridad:

– Realizar operaciones de aproximación a la ubicación donde debe efectuar la estiba o desestiba de una unidad de carga paletizada en tercera altura.
– Realizar maniobra de giro de 90º para la estiba y desestiba.
– Quedar frente al alveolo destinado a la carga (o a su desestiba) en una sola maniobra.
– Utilizar, si fuera necesario, el desplazamiento lateral para la operación.

C7: Enumerar las condiciones básicas para transportar y abastecer de materias primas y materiales a las líneas de producción.

CE7.1 Identificar las formas básicas de preparación y transporte de materias primas y productos para constituir las unidades de carga.

CE7.2 Enumerar las precauciones adicionales básicas a tener en cuenta, en el supuesto de transporte y elevación de cargas peligrosas (productos químicos corrosivos o inflamables, nocivos para la salud, explosivos, contaminantes, entre otros).

CE7.3 Reconocer las normas establecidas ante incendios, deflagraciones y procedimientos de evacuación.

CE7.4 Relacionar los tipos de carretillas y sus características, con posibilidades de uso en ambientes industriales especiales (industrias de explosivos, industria química y otros).

C8: Cumplimentar en el soporte establecido por la empresa, la documentación generada por el movimiento de carga.

CE8.1 Describir la información más usual contenida en los albaranes y formatos más comunes utilizados como soportes.

cve: BOE-A-2011-19501

CE8.2 Identificar las principales características de los soportes o equipos que habitualmente se utilizan para recoger la información de los movimientos de carga.
CE8.3 Describir las posibilidades de transmisión de información, por medios digitales.
CE8.4 En un supuesto práctico de transmisión de datos por medios digitales, debidamente caracterizadas:
– Manejar un equipo portátil de transmisión de datos.
– Transmitir la información de los movimientos de carga y descarga efectuados.

Contenidos

1. Manipulación y transporte de mercancías.
– Flujo logístico interno de cargas y servicios. Importancia socioeconómica.
– Almacenamiento, suministro y expedición de mercancías.
– Normativa comunitaria y española sobre manipulación de mercancías.
– Prevención de riesgos laborales y medidas de seguridad en el transporte de mercancías.
– Medios de transporte internos y externos de las mercancías. Condiciones básicas.
– Simbología y señalización del entorno y medios de transporte: Placas, señales informativas luminosas, acústicas.
– Unidad de carga. Medición y cálculo de cargas.
– Documentación que acompaña a las mercancías.
– Documentación que genera el movimiento de cargas. Transmisión por vías digitales.

2. Embalaje y paletización de mercancías.
– Tipos de embalajes y envases en la industria.
– Condiciones de los embalajes para la protección de los productos.
– Condiciones de los embalajes para el transporte seguro de los productos.
– Tipos de paletizaciones. Aplicaciones según tipos de mercancías.
– Condiciones que deben cumplir las unidades de carga.
– Precauciones y medidas a adoptar con cargas peligrosas.

3. Carretillas para el transporte de mercancías.
– Clasificación, tipos y usos de las carretillas; manuales y automotoras: motores térmicos, motores eléctricos.
– Elementos principales de los distintos tipos carretillas:
– Elementos de conducción.
– Indicadores de control de la carretilla.
– Señales acústicas y visuales de las carretillas.
– Mantenimiento básico e indicadores de funcionamiento incorrecto.

4. Manejo y conducción de carretillas.
– Eje directriz.
– Acceso y descenso de la carretilla.
– Uso de sistemas de retención, cabina, cinturón de seguridad.
– Puesta en marcha y detención de la carretilla.
– Circulación: velocidad de desplazamiento, trayectoria, naturaleza y estado del piso, etc.
– Maniobras. Frenado, aparcado, marcha atrás, descenso en pendiente.
– Aceleraciones, maniobras incorrectas.
– Maniobras de carga y descarga.
– Elevación de la carga.

cve: BOE-A-2011-19501

5. Carga y descarga de mercancías.

– Estabilidad de la carga. Nociones de equilibrio.
– Ley de la palanca.
– Centro de gravedad de la carga.
– Pérdida de estabilidad de la carretilla.
– Evitación de vuelcos transversales o longitudinales.
– Comportamiento dinámico y estático de la carretilla cargada.
– Colocación incorrecta de la carga en la carretilla. Sobrecarga.
– Modos de colocación de las mercancías en las estanterías.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo MF0432_1	50	20

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE ACTIVIDADES AUXILIARES DE ALMACÉN

Código: MP0287

Duración: 40 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Realizar las operaciones y actividades auxiliares propias del almacenaje de mercancías, a partir de la documentación y procedimientos de trabajo establecidos.

CE1.1 Realizar operaciones de recepción, carga, descarga y expedición de cargas/mercancías según las órdenes y procedimientos establecidos considerando al menos:
– Lugar y situación de la mercancía a partir de los datos que contiene la orden de trabajo, albarán y/o etiqueta.
– Ubicación y destino de la mercancía a partir de la información contenida en la etiqueta en el embalaje de los bultos/cargas.
– Condiciones de conservación, manipulación y movimiento de la mercancía a partir de las etiquetas y símbolos de manipulación y transporte que contiene una determinada mercancía.

CE1.2 En distintas operaciones de entradas de mercancías al almacén determinar el lugar y punto de recepción, medio de llegada, hora prevista y características de las mercancías y destino de la misma en tránsito o almacenaje con exactitud y diligencia.

CE1.3 Reflejar operaciones de recepción y expedición en la documentación o sistemas de registro informático del almacén siguiendo el procedimiento establecido.

CE1.4 Realizar las operaciones auxiliares de almacenaje adoptando las medidas de seguridad e higiene postural en la manipulación de mercancías y manejando los equipos básicos de etiquetado, localización y recuento propios de las actividades y operaciones del almacén pistola láser, etiquetadora y PDAs u otros.

CE1.5 Adoptar medidas de orden, limpieza y mantenimiento en la realización del trabajo individual del almacén y en la manipulación de mercancías.

cve: BOE-A-2011-19501

C2: Realizar distintos tipos de pedidos, a partir de diferentes ordenes de trabajo utilizando el equipo y técnicas adecuadas en condiciones de seguridad e higiene postural.

CE2.1 Preparar distintos tipos de pedidos, clasificando y seleccionando las mercancías y cargas, según las órdenes recibidas e interpretando la cantidad número y referencia según los códigos y etiquetas de las mercancías/productos.

CE2.2 Utilizar con destreza y exactitud los equipos de pesaje y conteo de mercancías detectando errores o carencias de datos para la realización efectiva del pedido.

CE2.3 Empacar y embalar cajas y/o pales, utilizando los medios y materiales adecuados en condiciones de seguridad, tiempo determinado y haciendo un uso eficiente y eficaz del material y los símbolos habituales de AECOC para la manipulación y orientación de las mercancías y/o productos.

CE2.4 Adoptar las medidas de seguridad e higiene postural en la manipulación de mercancías.

C3: Conducir y transportar cargas con carretillas elevadoras en distintos supuestos de movimientos dentro de un almacén.

CE3.1 Interpretar correctamente las ordenes de movimiento de mercancías transportando las cargas y mercancías con efectividad y prontitud.

CE3.2 Manejar con destreza carretillas automotoras y manuales y realizar las maniobras necesarias para el transporte de cargas.

CE3.3 Realizar la estiba o desestiba de las cargas a diferentes alturas.

CE3.4 Reflejar con exactitud y veracidad los movimientos de carga y descarga efectuados utilizando la documentación o sistemas de información informáticos.

CE3.5 Reconocer los riesgos y establecer las medidas de protección adecuadas a cada situación y movimiento.

C4: Realizar operaciones de mantenimiento de primer nivel en los equipo de manipulación y carretillas del almacén.

CE4.1 Preparar y poner a punto equipos e instalaciones del almacén utilizando el equipo de protección y trabajo adecuado.

CE4.2 Realizar las operaciones de mantenimiento del equipo y carretillas del almacén.

CE4.3 Detectar anomalías en el funcionamiento de las carretillas con prontitud y efectividad, informando con exactitud del alcance de la anomalía y tomando las medidas de prevención para evitar accidentes o mal uso del equipo.

CE4.4 Resolver las anomalías y reparaciones sencillas en equipos y carretillas elevadoras del almacén.

CE4.5 Actuar utilizando las medidas de protección y prevención de riesgos adecuados a cada circunstancia.

C5: Actuar aplicando las recomendaciones y normas de seguridad y prevención en las operaciones auxiliares del almacén y manipulación de mercancías y productos.

CE5.1 Adoptar las medidas de seguridad necesarias en la manipulación de las mercancías y en el manejo de los equipos del almacén.

CE5.2 Realizar las tareas de recogida y almacenamiento de los residuos del almacén de acuerdo al procedimiento establecido y con las precauciones necesarias.

C6: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE6.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE6.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE6.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

cve: BOE-A-2011-19501

CE6.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.
CE6.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.
CE6.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. **Realización de actividades auxiliares de almacén y preparación de pedidos.**
   – Interpretación de operaciones, pedidos y órdenes de movimientos de cargas en el almacén.
   – Interpretación de la simbología en la orientación y manipulación de productos.
   – Interpretación de actividades e instrucciones de Manuales técnicos de elementos de pesaje o básculas.
   – Adopción de medidas de seguridad y prevención de riesgos laborales en la manipulación de mercancías.

2. **Uso y mantenimiento de equipos e instalaciones del almacén.**
   – Puesta a punto y revisión de maquinaria y equipos de distinto tipo y naturaleza.
   – Comprobación del correcto funcionamiento de operaciones y equipos del almacén.
   – Realización de tareas rutinarias de mantenimiento preventivo en equipos y maquinaria.
   – Reparación y sustitución de componentes sencillos en instalaciones y equipos.
   – Colaboración en el mantenimiento y arreglo de equipos.
   – Reconocimiento de los factores y situaciones de riesgo de los medios utilizados.
   – Aplicación de medidas de protección y seguridad adecuadas.

3. **Manejo y conducción de carretillas elevadoras.**
   – Manejo y conducción de distintos tipos de carretillas.
   – Realización de distintos tipos de maniobras.
   – Transporte y colocación de diferentes tipos de cargas y a diferentes niveles.
   – Realización del mantenimiento básico de carretillas elevadoras.
   – Cumplimentación de documentación de movimientos de carga realizados.
   – Aplicación de medidas de protección y seguridad adecuadas en el manejo de carretillas elevadoras.

4. **Integración y comunicación en el centro de trabajo.**
   – Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
   – Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
   – Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
   – Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
   – Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
   – Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
   – Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

cve: BOE-A-2011-19501

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
M F 1 3 2 5 _ 1 : Operaciones auxiliares de almacenaje.	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Técnico y Técnico Superior en formación profesional. • Certificados de Profesionalidad de niveles 2 y 3 en el ámbito de la competencia.	1 año	3 años
MF1326_1: Preparación de pedidos.	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Técnico y Técnico Superior en formación profesional. • Certificados de Profesionalidad de niveles 2 y 3 en el ámbito de la competencia.	1 año	3 años
MF0432_1: Manipulación de cargas con carretillas elevadoras.	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes • Técnico y Técnico Superior en cualquier especialidad industrial. • Certificados de Profesionalidad de niveles 2 y 3 en cualquier especialidad industrial o área profesional de logística comercial y gestión del transporte.	1 año	3 años

V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m^2 15 alumnos	Superficie m^2 25 alumnos
Aula polivalente	30	50
Nave para recepción y almacenamiento de materiales	150	150
Zona de prácticas de medios móviles para carga	250	250

Espacio Formativo	M1	M2	M3
Aula polivalente	X	X	X
Nave para recepción y almacenamiento de materiales	X	X	X
Zona de prácticas de medios móviles para carga	–	–	X

cve: BOE-A-2011-19501

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula polivalente	– Pizarras para escribir con rotulador. – Equipos audiovisuales. – Rotafolios. – Material de aula. – Mesa y silla para formador. – Mesas y sillas para alumnos.
Nave para recepción y almacenamiento de materiales	– Estanterías de carga y almacenaje de mercancías (tipo picking, convencional, compacta, o similares). – Bultos y cargas de mercancías-tipo. – Medios móviles manuales: transpalé manual y transpalé eléctrico. – Utillaje de carga, estiba y trincaje de mercancías. – Unidad central para recepción y transmisión de órdenes y datos. – Lector código de barras. – Impresora código de barras. – Material de oficina. – Sistemas informáticos de control del almacén. – PDAs.
Zona de prácticas de medios móviles para carga.	– Estanterías a diferentes alturas y de diferentes medidas. – Carretillas manuales de diferentes modelos. – Carretilla automotora de mástil vertical. – Dispositivos de protección de equipos y maquinaria.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

cve: BOE-A-2011-19501

ANEXO II

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: GESTIÓN Y CONTROL DEL APROVISIONAMIENTO

Código: COML0210

Familia profesional: Comercio y Marketing

Área profesional: Logística comercial y gestión del transporte

Nivel de cualificación profesional: 3

Cualificación profesional de referencia:

COM315_3 Gestión y control del aprovisionamiento (RD 109/2008 de 1 de febrero)

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

UC1003_3: Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.
UC1004_3: Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.
UC1005_3: Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.
UC1006_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

Competencia general:

Preparar y controlar el plan de aprovisionamiento de materiales/mercancías de sistemas de producción y distribución en la cantidad, calidad, lugar y momento justo, realizando la programación del aprovisionamiento, el control de los flujos de producción/distribución y colaborando en la optimización y calidad de la cadena logística, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Entorno Profesional:

Ámbito profesional:

Desarrolla sus funciones, por cuenta ajena, en empresas de cualquier sector colaborando en las actividades de aprovisionamiento, optimizando recursos, costes y plazos de entrega dentro del departamento de producción, compras y/o logístico.

Sectores productivos:

En todos los sectores productivos, públicos y privados, en el departamento de producción, aprovisionamiento, almacén y/o logístico teniendo un marcado carácter transectorial.

Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:

3522.1014 Agentes de compras
Aprovisionador/a logístico.
Técnico/a de aprovisionamiento.
Jefe/a de aprovisionamiento.
Técnico/a en logística del aprovisionamiento.

cve: BOE-A-2011-19501

Duración de la formación asociada: 450 horas.

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF1003_3: Planificación del aprovisionamiento (110 horas).
- UF0475: Planificación y gestión de la demanda (70 horas).
- UF0476: Gestión de inventarios (40 horas).

MF1004_3: Gestión de proveedores (80 horas).
MF1005_3: (Transversal) Optimización de la cadena logística (90 horas).
MF1006_2: (Transversal) Inglés profesional para logística y transporte internacional (90 horas).

MP0333: Módulo de prácticas profesionales no laborales de gestión y control del aprovisionamiento (80 horas).

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Denominación: COLABORAR EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE APROVISIONAMIENTO

Nivel: 3

Código: UC1003_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Definir las necesidades del aprovisionamiento de materiales y productos, para cumplir los objetivos establecidos en el plan de producción y ventas.

CR1.1 Las previsiones de venta y/o demanda del periodo se obtienen del departamento responsable –marketing, producción o I+D–, observando las implicaciones en el plan de producción/distribución a organizar.

CR1.2 Los consumos históricos, lista de materiales y/o pedidos realizados, se analizan en función del cumplimiento de los objetivos del plan de ventas y/o plan de producción previsto por la empresa/organización.

CR1.3 Las necesidades de materias primas, productos semielaborados y productos acabados se fijan en función de los requerimientos para el abastecimiento y cumplimiento del plan de producción/distribución, utilizando herramientas de planificación de las necesidades de materiales tipo MRP (Material Requirement Planning) y de planificación de la distribución tipo DRP (Distribution Requirement Planning).

CR1.4 Los parámetros y lotes de materiales y/o pedidos del plan de producción/ventas se calculan según los criterios establecidos, utilizando en su caso sistemas contrastados de planificación de la producción/distribución (MRP/DRP) que optimicen la cadena de suministro.

CR1.5 La lista de materiales/mercancías se elabora de acuerdo a los criterios establecidos, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

CR1.6 Los márgenes de variación en la demanda se consideran en la definición de las necesidades del plan de producción, asegurándose que no se traspasan, por defecto o por exceso, los limites de disponibilidad de materiales del periodo planificado.

RP2: Prever la aparición de cuellos de botella y/o desabastecimientos, para garantizar la utilización óptima de la capacidad de los centros de producción/distribución.

CR2.1 La secuencia de actividades del plan de producción y/o distribución se establece con herramientas de gestión de proyectos, verificando su desarrollo a través de esquemas de flujo y identificando los cuellos de botella y desabastecimientos previsibles.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.2 Las cargas de trabajo de los centros de producción/distribución se obtienen de los responsables, realizando el seguimiento puntual del proceso de producción/distribución.
CR2.3 La capacidad de almacenamiento de la organización se optimiza, teniendo en cuenta la previsión de stocks y capacidad combinada producción/instalación y/o capacidad de absorción por punto de venta/distribución.
CR2.4 Los parámetros de stocks: máximo, mínimo, de seguridad, medio, óptimo y en consignación, se calculan para los distintos centros de producción/distribución.
CR2.5 El stock disponible en los centros de trabajo y/o red de almacenes se regulariza con la previsión de stocks establecida, asegurando los niveles de servicio y política de stocks de la organización.
CR2.6 Las órdenes de suministro de materiales con fecha, cantidad y lotes se elaboran, indicando el momento y destino/ubicación del suministro al almacén y/o a las unidades productivas precedentes.
CR2.7 El reaprovisionamiento de la cadena de suministro se prevé con tiempo suficiente, en caso de incidencias o variaciones en la demanda, para ajustar los volúmenes de stock al nivel de servicio.

RP3: Establecer los elementos necesarios para la programación del aprovisionamiento, y la coordinación de los flujos de materiales y productos, entre los departamentos o agentes de la cadena de suministro.
CR3.1 La información necesaria del plan de aprovisionamiento se obtiene, de acuerdo al periodo de tiempo a programar, semanal, mensual, trimestral o anual, de los departamentos de producción y compras, considerando al menos, cantidad, características, distintos plazos y condiciones necesarias de los materiales, productos semielaborados y/o productos terminados para un periodo de tiempo determinado.
CR3.2 La sistemática «just in time» se aplica a la programación y plazos de ejecución del plan de aprovisionamiento utilizando, en su caso, herramientas de organización y gestión de proyectos.
CR3.3 El calendario de aprovisionamiento que asegura el cumplimiento de los plazos comprometidos, se propone teniendo en cuenta la actividad productiva, periodos de cadencia, parones en la cadena de producción, plazos para el mantenimiento de las máquinas e instalaciones, entre otros, utilizando, en su caso, herramientas o aplicaciones de gestión de proyectos y/o tareas.
CR3.4 El programa de aprovisionamiento por proveedor y producto se establece, teniendo en cuenta el volumen del pedido, las unidades de carga a utilizar, la capacidad de los medios de transporte a utilizar y la compatibilidad de los productos y materias, de manera que se optimicen los costes de transporte y almacenaje.
CR3.5 Las necesidades de materias primas, materiales, partes, piezas o productos de las unidades de producción/distribución se determinan de acuerdo a los parámetros de stocks calculados: punto y lote de pedido, características de las mercancías y horario de recepción en su caso.
CR 3.6 El programa de aprovisionamiento se comunica a los departamentos y agentes afectados, con tiempo suficiente para la disposición de los recursos y medios necesarios.
CR 3.7 El procedimiento para el reaprovisionamiento en caso de imprevistos, se establece priorizando las necesidades de aprovisionamiento dentro de la cadena de suministro y/o producción o de la red de almacenes y puntos de venta, de acuerdo al plan de producción y/o la estrategia comercial de la organización.
CR 3.8 La calidad del proceso de aprovisionamiento se asegura, estableciendo procedimientos normalizados de gestión de pedidos y control del proceso.

cve: BOE-A-2011-19501

Contexto profesional

Medios de producción
Ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Aplicaciones informáticas: tratamiento de textos, hojas de cálculo, bases de datos y realización de presentaciones. Programas específicos de programación y control de proyectos y tareas: PERT/CPM, cronogramas de barras o gráficos de GANTT. Herramientas de planificación de las necesidades de materiales (MRP I y MRP II). Herramientas de planificación de la distribución (DRP). Herramientas de comunicación e intercambio de la información: Internet, correo electrónico y fax entre otros.

Productos y resultados
Listado de parámetros y lotes de materiales y/o pedidos. Programa de aprovisionamiento. Calendarios de trabajo. Capacidad de producción y/o venta de la organización. Lista de materiales/productos requeridos. Necesidades definidas para el Plan de aprovisionamiento. Procedimientos normalizados de calidad en el aprovisionamiento.

Información utilizada o generada
Previsiones de venta o demanda del período. Compromisos de finalización de la producción y disponibilidad. Niveles de servicio y política de stocks de la organización. Parámetros de los materiales, productos terminados y/o semielaborados tales como: cantidad, características técnicas, plazos y condiciones necesarias. Plan de producción. Estrategia comercial de la organización.

Unidad de competencia 2

Denominación: REALIZAR EL SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PROGRAMA DE APROVISIONAMIENTO

Nivel: 3

Código: UC1004_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Controlar la ejecución eficaz y eficiente del programa de aprovisionamiento, en función del desarrollo del plan de producción/ventas establecido.

CR1.1 Los costes del aprovisionamiento del plan producción/distribución se controlan sistemáticamente, comprobando que se mantienen dentro de los costes teóricos previstos.

CR1.2 La correcta atribución/asignación de materiales por producto terminado se controla, observando la ejecución y/o desarrollo del plan de producción/distribución.

CR1.3 Las desviaciones en la ejecución del programa de aprovisionamiento se detectan, comparando con el programa de aprovisionamiento previsto y analizando las causas que las han originado.

CR1.4 Los efectos de las desviaciones en el programa de aprovisionamiento se estiman considerando el coste de las medidas necesarias para su corrección: reaprovisionamiento no previsto, incumplimiento de plazos, roturas o excesos de stock, interrupciones de la producción y/o abastecimiento, pérdidas en general.

CR1.5 En caso de ceses definitivos en la venta/fabricación de productos terminados, se prevé el consumo de los mismos o sus componentes hasta su agotamiento total de acuerdo con el procedimiento establecido y teniendo en cuenta los stocks disponibles en la red de almacenes.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.6 La ejecución del reaprovisionamiento, en caso de imprevistos o introducción de nuevos productos, se realiza en colaboración con los agentes que intervienen, de acuerdo al procedimiento establecido, priorizando y controlando necesidades de producción/distribución, teniendo en cuenta los costes y factibilidad de las soluciones alternativas planteadas.

CR1.7 Las acciones necesarias o soluciones de reaprovisionamiento ante imprevistos, se comunican a la dirección, departamentos afectados o proveedores utilizando el procedimiento previamente establecido.

RP2: Acordar con los proveedores el desarrollo de los flujos de aprovisionamiento, teniendo en cuenta las condiciones y/o márgenes establecidos en el contrato de compra y/o suministro.

CR2.1 Los márgenes de las condiciones y cláusulas del contrato de suministro/compra con los proveedores se interpretan analizando las implicaciones en la programación del aprovisionamiento y el cumplimiento de los objetivos de producción y/o ventas de la organización.

CR2.2 El programa de aprovisionamiento se acuerda con cada proveedor, detallando fechas y horarios, cadencia y tipo de entrega, lote mínimo si lo hubiera, lote de suministro y punto de pedido, teniendo en cuenta los márgenes establecidos en el contrato de suministro, el proceso productivo y demanda prevista.

CR2.3 Las condiciones de aprovisionamiento, transporte y embalaje apropiado para cada producto y entrega, se acuerdan con el proveedor aplicando la normativa vigente sobre transporte, embalaje y etiquetado de cada producto y/o mercancía o país de transito en caso de suministros originarios de países terceros.

CR2.4 Las acciones alternativas que permitan afrontar situaciones de variación en las necesidades de aprovisionamiento, tales como estacionalidades de la demanda, aumento o disminución de la producción, entre otros se prevén con el proveedor en las condiciones de aprovisionamiento.

CR2.5 El esquema de los flujos de aprovisionamiento se elabora para cada proveedor, teniendo en cuenta stocks de seguridad, puntos de almacenaje, flexibilidad, tipos de unidades de carga, naturaleza y frecuencia del transporte, condiciones de reparto de las mercancías y/o productos.

CR 2.6 El volumen del pedido se establece con el proveedor de bienes y/o servicios considerando el tipo de pedido, en firme o abierto, la frecuencia –mensual, semanal o diaria–, la cantidad y unidades de carga, entre otros.

CR2.7 Las acciones de cooperación con/entre proveedores se negocian ajustándose a los acuerdos contractuales pactados con los proveedores, adecuándolos al nivel de servicio y calidad de la cadena de producción/distribución.

CR2.8 Los procedimientos de resolución de conflictos en las recepciones, se acuerdan con el proveedor definiendo reglas de obsolescencia y penalizaciones por atrasos, entre otros.

CR2.9 Las comunicaciones con los proveedores, departamentos afectados de la empresa y operadores externos se realizan con eficacia, asegurándose de la recepción y comprensión de cada comunicación y utilizando los sistemas establecidos: EDI, teléfono, móvil, fax, mensajería, entre otros.

RP3: Realizar el seguimiento y evaluación de los proveedores para asegurar su cumplimiento y mejorar la calidad del proceso de aprovisionamiento.

CR3.1 El listado de entregas diarias y horarias se revisa de acuerdo con el programa de aprovisionamiento, antes del envío al proveedor o transportista contratado para el suministro.

CR3.2 Las entradas y salidas de materiales/mercancías se registran en tiempo real, en la aplicación informática correspondiente de gestión de aprovisionamiento y/o pedidos.

cve: BOE-A-2011-19501

CR3.3 El cuadro de control de los proveedores se elabora considerando: tasas de ruptura de aprovisionamiento, costes de aprovisionamiento y flexibilidad ante modificaciones en el programa de fabricación/distribución.
CR3.4 La información con los proveedores se intercambia, efectuándose una recogida fiable de las informaciones generales y derivadas de cada proveedor e interpretándola en caso de proveedor extranjero.
CR3.5 La evaluación de los proveedores/contratistas se realiza de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en los documentos y registros diseñados a tal efecto y utilizando modelos de registro previamente diseñados.
CR3.6 La capacidad productiva del proveedor se controla de forma sistemática, solicitando la información necesaria siempre que sea preciso para garantizar en nivel de servicio y calidad de la cadena de suministro.
CR3.7 Las desviaciones en los costes, plazos de aprovisionamiento establecido y errores en las entregas, se controlan periódicamente tanto física como administrativamente.
CR3.8 La relación calidad/precio del proveedor se analiza sistemáticamente, comprobando su ajuste a los objetivos de la política de aprovisionamiento de la empresa e identificando la necesidad de efectuar algún cambio en caso necesario.
CR3.9 Los informes de evaluación de proveedores se transmiten a la dirección y/o departamento/responsable de compras, de acuerdo a lo establecido.

Contexto profesional

Medios de producción
Ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Aplicaciones informáticas: tratamiento de textos, hojas de cálculo, bases de datos y realización de presentaciones. Programas específicos de programación y control de proyectos y tareas: CRP (Capacity Requirement Planning). Programas de planificación de recursos de la empresa. Sistemas de comunicación e intercambio de información: EDI (Intercambio Electrónico de Datos), correo electrónico, teléfono, fax y mensajería entre otros.

Productos y resultados
Plan de consumo de la producción. Acuerdos con proveedores. Condiciones de aprovisionamiento, transporte y embalaje para materiales y productos. Esquema de los flujos de aprovisionamiento. Órdenes de pedidos de cada proveedor: volumen mínimo y máximo, tipo, frecuencia, unidad de carga, entre otros. Procedimientos de resolución de conflictos. Registro de entradas y salidas de materiales y mercancías. Cuadro de control de proveedores. Informes y evaluación de proveedores y contratistas.

Información utilizada o generada
Programa de aprovisionamiento. Condiciones y/o cláusulas del contrato de suministro y/o compra. Normativa vigente sobre envase, embalaje y etiquetado de productos y/o mercancías. Parámetros sobre almacenaje y transporte: stocks de seguridad, puntos de almacenaje, tipos de unidades de carga, naturaleza y frecuencia del transporte, condiciones de reparto de las mercancías y/o productos. Listado de entregas diarias y horarias. Documentos y registros para la evaluación de los proveedores y contratistas. Información sobre la capacidad productiva del proveedor.

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Denominación: COLABORAR EN LA OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA CON LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN

Nivel: 3

Código: UC1005_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Coordinar las actividades dentro de la cadena logística realizando el seguimiento de las mercancías para asegurar la trazabilidad y calidad de las operaciones logísticas.

CR1.1 Las actividades logísticas de cada operación se definen a partir de la información de los pedidos y/o necesidades de mercancías previstas procedentes de los departamentos o clientes, internos y externos.

CR1.2 El proceso logístico se organiza considerando las fases, plazos y acuerdos establecidos en la operación, suministro y/o contrato de distribución, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente, calidad del servicio y minimizando los costes de distribución.

CR1.3 Las actividades del proceso logístico se coordinan, utilizando el sistema y/o aplicación de gestión de operaciones que considere al menos los siguientes datos:

- Descripción del pedido, características de las mercancías, identificación de lotes, bultos y/o unidades de carga.
- Puntos y fecha de origen/recogida y destino/entrega.
- Centros de consolidación, centros de distribución de carga o plataformas logísticas de distribución.
- Puertos y aeropuertos, puntos de tránsito entre otros.
- Proveedores de servicio de transporte.
- Facturación de las operaciones y/o fases/servicios del proceso logístico.

CR1.4 La trazabilidad de las mercancías se asegura mediante el establecimiento de un sistema de seguimiento que se adecue a la normativa vigente, considerando: tipo de mercancía, origen, lote, stock, destino y destinatario entre otros.

CR1.5 El seguimiento continuo de la operación se realiza de forma que permite la verificación del paso por los almacenes intermedios, centros de distribución, transbordos, aduanas y en general, puntos intermedios establecidos, cumpliendo el calendario y horarios previstos, utilizando los sistemas de información y comunicación disponibles: RFID (Radiofrecuencia), EDI, GPS, correo electrónico y fax entre otros.

RP2: Elaborar el presupuesto de costes de la cadena logística realizando los cálculos necesarios y considerando la totalidad de los costes asociados a la operación, para controlar las posibles desviaciones.

CR2.1 El coste estimado de la gestión logística de mercancías se calcula, considerando todos los costes asociados a cada operación y/o departamento y al menos:

- Costes de almacenaje y stock.
- Coste de operaciones auxiliares de conservación y mantenimiento.
- Coste de transporte, recogida y/o entrega de las mercancías.
- Costes de manipulación de la mercancía (carga, descarga, preparación entre otros).
- Coste de gestión de la documentación e información, entre otros.

CR2.2 El presupuesto o informe que recoge el escandallo de costes y las estimaciones de coste por operación o servicio con el cliente, se elabora de forma detallada y utilizando hojas de cálculo u otras aplicaciones informáticas adecuadas.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.3 El informe que recoge el presupuesto de costes se transmite en tiempo y forma establecida, a las personas designadas por la organización o al departamento encargado de la elaboración de la oferta.
CR2.4 El control de costes se realiza mediante la comparación de los costes realmente producidos con los presupuestados inicialmente.
CR2.5 La determinación de las medidas correctoras a adoptar se realiza a partir de la identificación, interpretación y análisis de la información sobre las causas de las variaciones producidas respecto de los costes previstos.
CR2.6 Las propuestas de mejora para la eficiencia de la cadena logística se transmiten en tiempo y forma establecida, a las personas designadas por la organización o a los superiores jerárquicos.

RP3: Gestionar las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento a dar a las mercancías retornadas, para mejorar la eficiencia de la cadena logística.
CR3.1 El tratamiento para las mercancías retornadas -reparación, reciclado eliminación o reutilización en mercados secundarios- se identifica a partir de la información procedente del remitente o destinatario, utilizando el sistema de comunicación establecido.
CR3.2 Las actividades relacionadas con la logística inversa -devolución, reutilización o reciclado de las mercancías- se organizan según la política de devolución o acuerdos alcanzados con los clientes.
CR3.3 La obsolescencia y/o contaminación de las mercancías, se evita tomando las medidas necesarias en función de las cualidades de los productos retornados y cumpliendo la normativa sanitaria y medioambiental vigente.
CR3.4 La recogida de los envases retornables se coordina con la entrega de nueva mercancía, cumpliendo la normativa vigente y optimizando la ruta, los espacios y los tiempos.
CR3.5 La gestión de las unidades y/o equipos de carga: contenedores, paletas, cajas y otros embalajes de las mercancías, se realiza considerando su reutilización en otras operaciones de la cadena logística y evitando el transporte en vacío.
CR3.6 La reutilización de envases y embalajes en otras operaciones o por otro operador, se organiza de acuerdo a las especificaciones, recomendaciones y normativa vigente.

RP4: Gestionar los flujos de información con clientes y proveedores proponiendo acciones correctoras para mejorar la calidad y eficiencia de la cadena logística.
CR4.1 La información procedente del sistema de comunicación y seguimiento de las mercancías establecido por la organización se valida registrando la información en la aplicación o sistema de comunicación establecido con el cliente, interno o externo.
CR4.2 La información procedente del sistema de comunicación y seguimiento de las mercancías se trasmite a los clientes y/o proveedores informado de las incidencias.
CR4.3 Las incidencias y contingencias ocurridas durante el proceso logístico o reclamaciones de los clientes se organizan detectando aquellas que se repiten y/o son susceptibles de prever su existencia.
CR4.4 Los indicadores de calidad y eficiencia de la cadena logística, «Key Performance Indicators» (KPI) se calculan periódicamente, siguiendo los criterios establecidos por la organización y/o las recomendaciones de organizaciones reconocidas, nacional e internacionalmente, (AECOC entre otros) y considerando al menos:
– Entregas a tiempo: porcentaje de entregas a tiempo.
– Entregas completas: porcentaje de entrega completas.
– Calidad en la entrega: porcentaje pedidos con incidencias.
– Tiempo de descarga: porcentaje pedidos descargados a tiempo.

cve: BOE-A-2011-19501

CR4.5 Las conclusiones, mejoras y acciones correctoras oportunas se proponen considerando la interpretación de los resultados del cálculo de los indicadores logísticos de calidad y eficiencia respecto al nivel del servicio entre los elementos de la cadena logística.

RP5: Resolver los imprevistos, incidencias y reclamaciones que se produzcan en la cadena logística, de acuerdo al plan de calidad de la empresa para asegurar la satisfacción del cliente interno y externo.

CR5.1 La resolución de las incidencias y reclamaciones procedentes de proveedores y clientes internos o externos se ejecuta en el menor tiempo posible, realizando las gestiones necesarias.

CR5.2 Los cambios de responsabilidad en los imprevistos, incidencias y reclamaciones de la cadena logística, se determinan mediante la comprobación de los documentos adecuados.

CR5.3 La resolución de las dificultades sobrevenidas dentro de la cadena logística se realiza de manera consensuada con los operadores implicados, por escrito.

CR5.4 Los planes de acción alternativos para la resolución de imprevistos más frecuentes, se elaboran evaluando necesidades de recursos humanos y materiales en el caso de las incidencias más corrientes.

CR5.5 La resolución de las contingencias, emergencias y/o desabastecimiento de las mercancías, se realiza siguiendo lo definido en el protocolo de imprevistos y/o plan de emergencia acordado con los clientes, internos o externos.

Contexto profesional

Medios de producción

Ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Sistemas de radiofrecuencia (RFID). Aplicaciones informáticas: procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos, programas específicos de organización y gestión de almacenes, aplicaciones para la gestión de tareas y sistemas de información y comunicación, intranet y correo electrónico. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Agenda electrónica y material de oficina.

Productos y resultados

Organización de los flujos de mercancías dentro de la cadena logística. Seguimiento de las mercancías. Costes de la gestión logística. Presupuesto de costes. Medidas correctoras sobre costes. Propuestas de mejora de la eficiencia de la cadena logística. Indicadores de calidad y eficiencia de la cadena logística (KPI). Informe de conclusiones, mejoras y acciones correctoras. Resolución de incidencias y reclamaciones de clientes y proveedores. Plan de acciones alternativas de resolución de imprevistos.

Información utilizada o generada

Información procedente del seguimiento de cada fase de la operación. Criterios de la organización y recomendaciones sobre el cálculo de los indicadores logísticos. Información sobre mercancías retornadas. Normativa vigente nacional e internacional sobre contratación y transporte. Normativa sanitaria y medioambiental. Protocolo o Plan de emergencia para resolución de imprevistos y contingencias.

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

Denominación: COMUNICARSE EN INGLÉS CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE EN LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL

Nivel: 2

Código: UC1006_2

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información proveniente del discurso oral con facilidad, en situaciones de comunicación con agentes, transitarios, clientes y/o proveedores de servicios extranjeros, de forma presencial o a distancia, en lengua estándar y a pesar de la existencia de ruidos o interferencias.

CR1.1 Las líneas generales de las conversaciones y entrevistas celebradas con agentes, transitarios, clientes y/o proveedores extranjeros en operaciones de comercio internacional se interpretan con facilidad extrayendo la información relevante para la ejecución de la operación aunque los discursos no estén estructurados.

CR1.2 La información contextual e información no verbal de conversaciones en grupo o reuniones de trabajo se interpreta de manera precisa, identificando el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR1.3 Los detalles relevantes para la organización/operación en comunicaciones orales: entrevistas, reuniones, discursos y conversaciones con agentes, clientes y/o proveedores extranjeros se extraen de manera completa con precisión, requiriendo, en su caso, las aclaraciones necesarias para su completa comprensión.

CR1.4 Las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones de transporte y/o logística internacional se interpretan con facilidad a pesar de su complejidad.

CR1.5 Los materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados, se interpretan de forma correcta y precisa haciendo un uso esporádico del diccionario.

CR1.6 Ante reclamaciones de clientes, agentes y/o proveedores e incidencias o imprevistos en el desarrollo las operaciones de transporte internacional se extrae la información relevante y necesaria para su resolución de acuerdo al procedimiento establecido en la organización.

RP2: Interpretar datos e información escrita compleja, y documentos propios del transporte y la logística extrayendo la información relevante para la ejecución de las operaciones logísticas.

CR2.1 Los datos e información contenida en informes, cartas, protocolo de operaciones logísticas, documentos de transporte internacional con agentes, clientes y/o proveedores, se interpretan de forma precisa extrayendo aquella información relevante para las operaciones logísticas.

CR2.2 La información implícita en informes y/o documentos que pueden afectar a la operación, se interpreta con facilidad aplicando criterios de contextualización y coherencia adecuados al documento o contexto profesional en que se enmarca.

CR2.3 El significado de términos desconocidos se obtiene con éxito deduciéndolo del contexto o acudiendo a fuentes de consulta externa en inglés, diccionarios, sitios web, textos paralelos, revistas especializadas, glosarios «on-line», foros u otros, asimilando la explicación del término.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.4 Los documentos propios del transporte internacional se interpretan sin dificultad, haciendo un uso esporádico del diccionario, diferenciando los aspectos e información relevante para las operaciones de transporte internacional.

CR2.5 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas propio de operaciones de transporte internacional se interpreta con precisión agilizando la comunicación en faxes, correos electrónicos, foros «on-line», chats, sms, u otros.

RP3: Expresarse oralmente con fluidez y espontaneidad, con agentes, clientes y/o proveedores de servicios en situaciones de comunicación interpersonal o a distancia, de manera que se potencien las relaciones interprofesionales y el desarrollo efectivo de las operaciones.

CR3.1 El mensaje oral se realiza de forma fluida y espontánea relacionando lógicamente los puntos principales adaptando la estructura del mensaje al medio de comunicación y registro, formal e informal, y el nivel de conocimiento del idioma del interlocutor.

CR3.2 El contenido del mensaje se realiza de acuerdo a la jerga y expresiones propias de la logística y transporte internacional aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 En distintos contextos socioprofesionales, reuniones, visitas y negociaciones con agentes, transitarios, consignatarios, clientes y proveedores la exposición del mensaje oral utilizando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión que se está dispuesto a hacer.

RP4: Redactar y cumplimentar de manera clara, estructurada y precisa textos y documentos propios de las operaciones de transporte y logística internacional.

CR4.1 La documentación propia de las operaciones de logística internacional: comunicados interpersonales, cartas, actas de reuniones de trabajo con agentes, clientes y/o proveedores internacionales, informes u otra, se redacta con coherencia discursiva, conforme a la terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento y usos habituales de las operaciones logísticas.

CR4.2 Los informes y documentación comercial se elaboran en inglés ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica evitando calcos semánticos y sintácticos de los textos y utilizando las expresiones y jerga habitual en las operaciones de comercio internacional.

CR4.3 La documentación aduanera, formulada en inglés, necesaria para el tránsito de mercancías en operaciones de transporte internacional se cumplimenta correctamente con los términos y condiciones necesarias para la ejecución efectiva de la operación comercial.

CR4.4 En el caso de textos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas, se aplican criterios de contextualización y coherencia al documento o finalidad de la información escrita.

CR4.5 La documentación comercial elaborada se adecua al registro formal y/o informal de la operación y a las condiciones socioprofesionales del uso de la lengua.

CR4.6 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas se emplea con precisión agilizando la comunicación en faxes, correos electrónicos, foros «online», chats, sms, u otros.

RP5: Comunicarse oralmente con cierta fluidez y espontaneidad, con agentes, clientes y/o proveedores internacionales en situaciones de comunicación interpersonal o a distancia, interactuando para favorecer las relaciones con los clientes y la ejecución de las operaciones.

CR5.1 Las conversaciones con agentes, clientes y/o proveedores, se realizan de forma eficaz y fluida, de forma presencial o a distancia, tomando parte activa y participando con soltura a ritmo normal.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.2 Las intervenciones orales, presenciales o a distancia, se adecuan a las condiciones socioculturales del interlocutor aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación, formal e informal.
CR5.3 En distintos contextos socioprofesionales, reuniones, visitas y negociaciones con agentes, transitarios, consignatarios, clientes y proveedores se interactúa de forma participativa, respondiendo con fluidez a las cuestiones que se le plantean.
CR5.4 En conversaciones informales de diversa índole: experiencias personales, profesionales, temas de actualidad y otros, se participa con fluidez, claridad y coherencia discursiva favoreciendo la interacción con el interlocutor.
CR5.5 En contextos profesionales de conflicto o negociación con agentes, clientes y/o proveedores extranjeros, se interactúa oralmente con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión que se está dispuesto a hacer.
CR5.6 Las entrevistas/consultas con clientes/proveedores extranjeros, en calidad tanto de entrevistado como de entrevistador, se realizan con fluidez, sin apoyo externo y manejando las interposiciones de los interlocutores sin problemas.

Contexto profesional

Medios de producción y/o creación de servicios
Redes locales, intranet e Internet. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Telefonía –fija y móvil–. Agendas manuales y electrónicas. Fuentes de referencia en inglés relativas al comercio internacional. Protocolo y fórmulas de cortesía en países extranjeros. Equipos audiovisuales. Fotocopiadoras, fax. Material y mobiliario de oficina.

Productos o resultado del trabajo
Documentación propia del transporte internacional en inglés. Comunicaciones orales y escritas en inglés con fluidez, naturalidad y eficacia. Resolución de incidencias con agentes, consignatarios, transitarios, clientes y proveedores internacionales. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes/proveedores. Listados de fuentes de información online en inglés.

Información utilizada o generada
Documentación en inglés de operaciones de logística y transporte internacional. Directrices, protocolos e instrucciones de operaciones de logística y transporte internacional. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones e informes de logística y transporte en inglés: manuales, catálogos, periódicos y revistas especializadas. Información del sector publicada en Internet. Manuales de cultura y civilización del destinatario objeto de la comunicación.

cve: BOE-A-2011-19501

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: PLANIFICACIÓN DEL APROVISIONAMIENTO

Código: MF1003_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1003_3 Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento

Duración: 110 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA DEMANDA

Código: UF0475

Duración: 70 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3 en relación a la planificación y previsión de necesidades de materiales y de distribución por parte de la organización.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Determinar la demanda y necesidades de los planes de producción/distribución en base a los plazos de entrega comprometidos.

CE1.1 Determinar la política que establezca el marco estratégico de la empresa indicando las coberturas de necesidades de producción/distribución.

CE1.2 Describir las distintas necesidades de aprovisionamiento en empresas de tipo industrial, comercial y de servicios.

CE1.3 Explicar las características de los distintos tipos de procesos de producción teniendo en cuenta la duración del proceso, la gama y los productos intermedios y finales u otros.

CE1.4 Relacionar la previsión de la demanda con la producción/distribución, el inventario disponible en almacén, indicando su influencia sobre la determinación del volumen de producción.

C2: Utilizar las técnicas de planificación y control de proyectos, identificando las fases y/o actividades teniendo en cuenta la estimación de los tiempos programados.

CE2.1 Relacionar los parámetros de tiempo y actividad en el marco de la producción/distribución.

CE2.2 Explicar las distintas técnicas de programación y representación de diagramas de flujo: PERT-CPM y Gantt entre otros.

CE2.3 Representar esquemáticamente los flujos de material e información en un proceso de producción/distribución.

CE2.4 A partir de una secuencia de actividades aplicadas a distintos ejemplos de procesos productivos de empresas industriales o de comercialización, realizar un diagrama de PERT y señalar el camino crítico y su duración.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.5 En supuestos, convenientemente caracterizados, de producción/distribución donde intervengan distintos centros de producción con productos semielaborados o una red de almacenes definida:
- Representar el proceso mediante esquemas de flujo diferenciando los flujos físicos de mercancías e información.
- Determinar las capacidades productivas de cada centro de producción/distribución que interviene en el proceso y tiempos de cada fase/actividad.
- Calcular el tiempo o lead-time del proyecto o camino crítico utilizando el diagrama de PERT.

C3: Elaborar programas de requerimientos y listas de materiales/productos de aprovisionamiento que se ajusten a objetivos, plazos y criterios de calidad de los procesos de producción.

CE3.1 Explicar las fases que componen un programa de aprovisionamiento desde la detección de necesidades hasta la recepción de la mercancía.

CE3.2 Exponer las distintas técnicas genéricas y especializadas de modelos de planificación de la producción y distribución: MRP (Material Requirement Planning).

CE3.3 Definir los principales parámetros que configuran un programa de aprovisionamiento que garantice la calidad y el cumplimiento del nivel de servicio establecido.

CE3.4 Calcular los requerimientos de material teniendo en cuenta criterios del tamaño por lote y plazos de entrega.

CE3.5 Confeccionar las órdenes de trabajo a través de de los cálculos obtenidos del programa MRP, indicando los cambios en las especificaciones de trabajos existentes por cantidad o tiempo.

CE3.6 A partir de un proceso productivo, debidamente caracterizado y un volumen fijado de producto final:
- Elaborar la lista de materiales con despiece de los mismos, componentes y materias primas, utilizando aplicaciones de planificación de las necesidades de materiales, MRP.
- Identificar los distintos tipos y características de materiales/productos necesarios.
- Representar en forma de esquema secuenciado la programación del proceso productivo reflejando la incorporación de cada material, componente y materia prima en el proceso.

CE3.7 Calcular el coste integral del programa de aprovisionamiento, diferenciando los diferentes elementos de coste que lo componen.

CE3.8 Describir el enfoque JIT y KANBAN en la gestión del aprovisionamiento de una cadena de producción/suministro, sus objetivos y las condiciones en que se puede implantar en una empresa y sus proveedores.

C4: Elaborar programas de requerimientos de distribución que se ajusten a objetivos, plazos y criterios de calidad de los procesos.

CE4.1 Establecer los aspectos relevantes que conforman el DRP (Distribution Requirement Planning) y la relación existente con la cadena de suministro.

CE4.2 Explicar las distintas técnicas genéricas y especializadas de modelos de planificación de distribución: DRP.

CE4.3 Estimar las necesidades de distribución, teniendo en cuenta, las necesidades de suministro y de fabricación/compra.

CE4.4 A partir de un proceso de distribución, debidamente caracterizado, para un volumen determinado de las necesidades de diversos centros, elaborar las necesidades brutas del almacén central para un periodo de tiempo determinado utilizando aplicaciones de planificación de la distribución DRP.

cve: BOE-A-2011-19501

C5: Controlar el nivel de aprovisionamiento y de producción/distribución que permita solucionar los problemas surgidos ante factores críticos.

CE5.1 Definir las características y condiciones de los problemas que se dan en el contexto del aprovisionamiento y del ámbito de la producción/distribución.

CE5.2 Determinar de que manera afectan los factores críticos en el aprovisionamiento y producción/distribución y el coste que origina a lo largo de todo el proceso de la cadena de suministro.

CE5.3 En supuestos dados de planes de producción debidamente definidos:

- Identificar los posibles cuellos de botella en la cadena de producción/ suministro, comparando las previsiones de necesidades con las capacidades de producción definidas.
- Definir la flexibilidad y plazos de reacción en el aprovisionamiento, para determinar los plazos de reposición, nivel de seguridad, punto de pedido, y lote óptimo.
- Planificar cantidades y fechas de aprovisionamiento y de elaboraciones intermedias.

CE5.4 En supuestos, convenientemente caracterizados, de planes de aprovisionamiento con lista de materiales establecida y fechas comprometidas de entrega:

- Definir el programa de pedidos y entregas que se adapte con mayor eficiencia y rentabilidad a las necesidades de la empresa utilizando técnicas de programación y organización del aprovisionamiento (PERT, GANTT).
- Elaborar el organigrama de la operación en función de las necesidades de entregas y capacidad de cada unidad/almacén/centro de producción/punto de venta.
- Elaborar el calendario que permita la realización efectiva del aprovisionamiento y el cumplimiento de los plazos establecidos utilizando cronogramas o aplicaciones de gestión.

Contenidos

1. Logística interna de la empresa.

- La empresa como unidad logística.
- Organización funcional de la empresa:
  - Producción/Fabricación.
  - Compras.
  - Financiero.
  - Comercial/Ventas.
- Actividades logísticas:
  - Aprovisionamiento.
  - Producción.
  - Distribución.
  - Almacenamiento.
- El plan logístico según tipos de empresas:
  - Industrial, comercial, servicios
- La cadena de suministro de la empresa. Eslabones:
  - Compras.
  - Suministro.
  - Gestión de inventarios y stock.
  - Transporte.
- Externalización de la función logística: ventajas e inconvenientes.

2. Previsión de demanda.

- Definición de la demanda según tipos de empresa y procesos de producción
- Tipos de demanda y necesidades de producción:
  - Demanda independiente.
  - Demanda dependiente.

cve: BOE-A-2011-19501

- Previsión de demanda y plan de ventas:
  - Variables a considerar.
  - Políticas y estrategias de actuación posible.
- Previsión de la actividad y de los costes.
  - Técnicas y hojas de cálculo: fórmulas habituales.
  - Cuadros de control y presupuesto: elaboración.

3. Planificación y organización de la producción/distribución.

- La función productiva de la empresa y el aprovisionamiento.
- Elementos que intervienen en la planificación de la producción:
  - Procesos de fabricación.
  - Equipos e instalaciones.
  - Capacidad de producción.
  - Estructura de fabricación del producto.
  - Disposición de mano de obra directa (MOD).
  - Relación proveedores.
  - Calidad y costes de producción/distribución.
- Clasificación de la producción/distribución:
  - Producción regular y extraordinaria.
  - Producción por montaje.
  - Producción por lotes.
  - Producción sobre pedido.
  - Producción de proceso continuo.
  - Producción para stock.
  - Producción por proyectos.
- Nivel de producción y capacidad productiva: Concepto y niveles.
  - Capacidad ideal.
  - Capacidad práctica.
  - Capacidad normal.
- Estrategias actuales de organización de la producción: procesos flexibles, rápidos y adaptados a la variabilidad de la demanda y necesidades.

4. Técnicas de planificación y control de proyectos.

- Introducción a los sistemas de planificación, programación y control de proyectos.
- Definición de actividades.
- Representación gráfica de un plan de producción.
- Teoría de las restricciones (cuello de botella):
  - Restricción de mercado.
  - Restricción de materiales.
  - Restricción de capacidad.
  - Restricción logística.
  - Restricción administrativa.
  - Restricción de comportamiento.
- Calculo de tiempos y holguras.
- Calendario de ejecución y nivelación de recursos.
- Métodos de control de planes de producción.
  - PERT y CPM.
  - GANTT.
  - Método Roy o de los potenciales.
- Ejemplos prácticos sobre la aplicación de los métodos de control.
- Aplicaciones informáticas de planificación y control de proyectos.

5. Gestión de la producción y aprovisionamiento

- Concepto e importancia de la gestión de la producción y aprovisionamiento.

cve: BOE-A-2011-19501

- La política del aprovisionamiento en el marco de la empresa:
  - Funciones del aprovisionamiento.
  - Fases del aprovisionamiento.
  - Objetivos de la función de aprovisionamiento.
  - Incidencias sobre la gestión de stocks.
- Métodos de gestión de la producción:
  - Planificada.
  - Por demanda.
  - Multiproyecto de estudio.
- Niveles de gestión de la producción:
  - Programa director.
  - Determinación de necesidades o requerimientos de material.
  - Orden de pago.
  - Seguimiento y control de flujos.
- Variables de influencia en las necesidades de aprovisionamiento:
  - Volumen de pedido.
  - Costo.
  - Plazo de aprovisionamiento.
  - Plazo de pago.

6. Planificación de requerimientos y necesidades de producción.

- Fundamentos y conceptos de un sistema MRP(Material Requirement Planning):
  - Objetivo.
  - Beneficios.
- Estructura básica de un sistema MRP:
  - Flujo del proceso.
  - Elementos básicos de entrada: Listas de materiales (BOM); Plan Maestro de producción; Registro de inventarios.
  - Elementos básicos de salida: Plan de materiales; informes secundarios; datos de transacciones de inventario.
- Funcionalidades básicas de un MRP:
  - Cálculo de requerimientos netos.
  - Definición de tamaño de lote.
  - Desfase en el tiempo.
  - Explosión de materiales.
  - Iteración.
- Requerimientos de recursos productivos (MRP II):
  - Descripción.
  - Ámbito.
- Aplicaciones de gestión de la producción informática:
  - Ficheros básicos;
  - Elaboración de informes: costes.
- Otros métodos:
  - Just in Time.
  - Técnica Kanban.
- Optimización de la cadena de suministro:
  - Capacidad de producción.
  - Variabilidad de la demanda.

7. Planificación de recursos de distribución.

- Planificación del DRP (Distribution Requirement Planning):
  - Concepto.
  - Finalidad.
- Estructura del DRP.
- Fases integrantes de un proceso DRP.

cve: BOE-A-2011-19501

- Técnicas de DRP:
  - Métodos de Brown y Martin
- Flujo de los procesos.
- Cálculo de necesidades de distribución.
- Implementación del DRP:
  - La tabla DRP.
  - La combinación de tablas.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: GESTIÓN DE INVENTARIOS

Código: UF0476

Duración: 40 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3 en relación a la gestión y control de los inventarios y stock de materiales y productos.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar métodos de gestión de inventarios para la determinación de los requerimientos de mercancías y materiales en los sistemas de producción/aprovisionamiento.

CE1.1 Analizar las funciones y objetivos que cumple la gestión de inventario en relación a la actividad del aprovisionamiento.

CE1.2 Describir las diferencias en los procedimientos de gestión y control derivados de las características de los distintos tipos de existencias.

CE1.3 Detallar los conceptos y constitución de distintos parámetros de stocks: máximo, mínimo, de seguridad, medio, óptimo y en consignación.

CE1.4 Clasificar los productos almacenados por el método ABC, en supuestos prácticos convenientemente caracterizados, según diferentes criterios: frecuencia de salida, rotación, número de movimientos y precio.

CE1.5 Valorar los distintos sistemas de reaprovisionamiento en función de las diversas situaciones de la empresa.

CE1.6 En un supuesto práctico debidamente caracterizado:

- Calcular el volumen de existencias en el almacén necesario para evitar rupturas y volúmenes anormales de stock, de manera que se optimice el volumen de stock y el nivel de servicio.
- Determinar el punto de pedido y lote de pedido que optimiza el stock en el almacén.
- Calcular el número de pedidos/año y periodo medio de almacenamiento.

CE1.7 En un supuesto práctico debidamente caracterizado:

- Calcular el stock de seguridad para un determinado nivel de probabilidad de ruptura de stock.

C2: Evaluar los costos de inventario generados en el almacenaje de materiales y productos en un sistema de producción/aprovisionamiento.

CE2.1 Analizar las consecuencias económicas de la integración de la gestión del stocks en el sistema de aprovisionamiento logístico de la empresa.

CE2.2 Aplicar procedimientos de valoración de existencias aplicando métodos PMP, FIFO y LIFO y comparando los resultados obtenidos.

CE2.3 Analizar los costes implicados de las incidencias en la ruptura de stocks.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.4 En un supuesto práctico debidamente caracterizado:
- Calcular el coste que genera el stock de seguridad para un determinado nivel de probabilidad de ruptura.
- Identificar los costes de demanda insatisfecha.

CE2.5 Clasificar los productos almacenados por el método ABC, en supuestos prácticos convenientemente caracterizados, según diferentes criterios: costes de almacenamiento y coste de inmovilización.

C3: Diferenciar los factores que intervienen en la gestión y control de inventario de la cadena de suministro, señalando las medidas correctoras que garanticen el nivel adecuado de aprovisionamiento de los distintos programas de producción.

CE3.1 Explicar las incidencias en la valoración y control de inventario relativas a retrasos en las entregas de un proveedor, devoluciones de mercancías y variaciones de la demanda.

CE3.2 Analizar las circunstancias de la ruptura de stocks en el inventario, indicando las causas y consecuencias producidas y adoptando las medidas preventivas o correctoras pertinentes.

CE3.3 Establecer los indicadores de aseguramiento de calidad para el mantenimiento de inventario, evaluando el grado de servicio.

CE3.4 Determinar las posibles medidas que aseguren un adecuado nivel de stock ante cualquier situación de riesgo.

Contenidos

1. Elaboración y gestión de inventarios.
- Objetivo e importancia de la gestión de inventarios.
- Diferenciación de conceptos:
  - Inventario.
  - Stock.
  - Existencias.
- Concepto y fundamento de los inventarios físicos.
- Variables que afectan a la gestión del inventario.
- Tamaño, estructura y representación del inventario.
- Análisis del conflicto básico entre disponibilidad e inventario.
- Importancia de la ubicación geográfica con respecto a los centros de distribución.
- Modelos de gestión de inventarios.
- Tipos de inventarios:
  - Materias primas y componentes.
  - Piezas de repuesto de los equipos y de suministros industriales.
  - Productos terminados.
  - Otros.
- Elaboración de inventarios: Control y recuento de stocks.
- Criterios de elaboración de inventarios:
  - Temporal.
  - Cíclico o rotativo.
  - Por familias.
  - Por estanterías.
  - Otros.
- Clasificación de los productos:
  - Por naturaleza.
  - ABC de demanda.
  - ABC unidades físicas y demanda.
- Planificación del stock para demanda uniforme y no uniforme:
  - Simulación dinámica de estrategias de reaprovisionamiento.
- Aplicaciones informáticas de base de datos y hojas de cálculo aplicados a la gestión de inventarios.

cve: BOE-A-2011-19501

2. Valoración y cálculo de inventarios.
- Valoración de inventarios:
  - Sistemas FIFO, LIFO, PMP.
- Estimación de costes asociados al inventario.
  - Costes de almacenamiento.
  - Costes de lanzamiento de pedido.
  - Costes de adquisición.
  - Costes de ruptura de stock.
- Indicadores de medida de inventarios:
  - Existencias.
  - Movimientos.
  - Ratio o tasa de rotación.
  - Cobertura.
  - Grado de utilización o de ocupación de los recursos.
- Análisis de desviaciones en los inventarios:
  - Inventario informático e inventario real.
  - Medidas preventivas y correctoras.
  - Sistemas informáticos de control de inventarios.

3. Control y gestión de stocks.
- Objetivos y funciones de la gestión de stock.
- Variaciones de la demanda y nivel de stock:
  - Stock operativo y stock de seguridad.
- Método de gestión de stock programado.
- Método de gestión de stock no programado:
  - Método del punto de pedido (o de revisión continua).
  - Método de aprovisionamiento periódico (o de revisión periódica).
- Métodos de determinación de pedidos: Modelo de pedido óptimo o modelo de Wilson.
- Lote económico de fabricación y/o pedido:
  - Cálculo del lote o cantidad económica del pedido (LEP).
- Parámetros de gestión de stock:
  - Stock mínimo.
  - Stock máximo.
  - Stock de seguridad.
  - Stock óptimo.
  - Stock medio.
  - Stock de consignación.
  - Otros parámetros.
- Rotación del stock.
- Cálculo de parámetros de stock.

4. Seguimiento y control de indicadores de gestión de stock.
- Efectividad de la gestión del almacén.
- Simulación Montecarlo, riesgo e incertidumbre.
- Indicadores de gestión de stock:
  - Índices de rotación.
  - Índices de cobertura.
  - Índices de obsolescencia.
  - Índices de rotura.
  - Otros índices.
- Interpretación y cálculo de indicadores de gestión de índice de rotación y su repercusión en el tamaño del almacén y el costo logístico de almacenaje.
- Optimización de puntos de almacenamiento.

cve: BOE-A-2011-19501

– Ciclo de vida de las existencias:
  – Obsolescencia.
  – Pérdidas.
  – Logística inversa.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF0475	70	60
Unidad formativa 2 - UF0476	40	30

Secuencia

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: GESTIÓN DE PROVEEDORES

Código: MF1004_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1004_3 Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento

Duración: 80 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar los elementos de un acuerdo/contrato de suministro con proveedores.
CE1.1 Diferenciar los distintos tipos de acuerdos y contratos de compraventa de bienes y servicios.
CE1.2 Identificar los elementos personales y reales que configuran un contrato de suministro.
CE1.3 Identificar la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa entre empresas.
CE1.4 A partir de diferentes acuerdos/contratos de suministro con proveedores con diferentes clausulados, analizar las implicaciones que puede tener para el aprovisionamiento, la existencia o carencia de determinadas cláusulas en cada contrato.
CE1.5 Dadas unas condiciones pactadas en una operación de aprovisionamiento y unos datos identificativos de la operación –tiempos de entrega, calidad del producto, unidad de carga, almacenaje y manipulación–, confeccionar el contrato

cve: BOE-A-2011-19501

estructurando la información dentro del clausulado que la componen y utilizando la terminología mercantil apropiada a la operación, utilizando aplicaciones informáticas de tratamiento de textos.

C2: Analizar las condiciones técnicas y parámetros en procesos de selección de proveedores.

CE2.1 Definir los criterios esenciales en la selección de ofertas de proveedores: económicos, plazo de aprovisionamiento, calidad, condiciones de pago y servicio entre otros.

CE2.2 En un supuesto práctico debidamente caracterizado, a partir de ofertas de varios proveedores definidas por unos parámetros de precio, calidad y servicio, realizar una tabla comparativa de ofertas donde se identifiquen:

- Calidad de los productos ofertados, plazos de entrega y precios de los mismos.
- Recursos disponibles por el proveedor: técnicos, de personal y financieros entre otros.
- La factibilidad de las condiciones ofertadas respecto a calidad y capacidades productivas.
- El grado de cumplimiento estimado, relativo a seguridad en las entregas y respuestas ante problemas.

CE2.3 En un supuesto práctico, debidamente caracterizado, de selección de proveedores:

- Definir el pliego de condiciones.
- Realizar una búsqueda de los proveedores potenciales on-line y off-line.
- Recopilar las ofertas de los proveedores que cumplan con las condiciones establecidas.
- Determinar los criterios de selección de los proveedores, identificando factores de riesgo.
- Establecer un baremo de los criterios de selección en función del peso especifico que, sobre el total, representa cada una de las variables consideradas.
- Ordenar las ofertas de los proveedores aplicando los criterios de selección y el baremo establecido.

CE2.4 Exponer razonadamente las restricciones logísticas para proveedores internacionales, analizando:

- Responsabilidades de las partes.
- Gestión de la documentación.
- Tipos de envases, embalajes y etiquetado.
- Determinación del precio de coste final del producto mediante escandallo.

C3: Aplicar técnicas de comunicación en procesos de preparación y desarrollo de las relaciones con proveedores nacionales y/o internacionales.

CE3.1 Definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación con proveedores: comunicación escrita, verbal y no verbal, identificando las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el ámbito de la logística.

CE3.2 Explicar las ventajas, los costes y los requerimientos técnicos y comerciales de implantación de un sistema de intercambio electrónico de datos, en la gestión del aprovisionamiento.

CE3.3 Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales.

CE3.4 A partir de un supuesto de solicitud de información a un proveedor, elaborar un escrito redactándolo de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE3.5 En supuestos prácticos, debidamente caracterizados, de conversación con un proveedor, cara a cara y telefónica:

- Elaborar un documento con los puntos clave a tratar en esa operación.
- Adaptar la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Realizar la exposición con claridad y precisión.

cve: BOE-A-2011-19501

C4: Aplicar técnicas de negociación en el establecimiento de las condiciones del aprovisionamiento con proveedores nacionales y/o internacionales.

CE4.1 Explicar las diferentes etapas en un proceso de negociación de condiciones de aprovisionamiento.

CE4.2 Describir las técnicas de negociación más utilizadas en la compraventa y aprovisionamiento.

CE4.3 A partir de unos datos convenientemente caracterizados, establecer un plan de negociación que contemple los siguientes aspectos:

– Estimar las necesidades, los puntos fuertes y débiles respectivos.
– Identificar los principales aspectos de la negociación.
– Explicar los límites en la negociación de cada parte.
– Definir las condiciones de aprovisionamiento a negociar con el proveedor.
– Definir las probables posturas del proveedor y preparar las posturas propias.

CE4.4 En la simulación de una entrevista o contacto con un proveedor para iniciar negociaciones:

– Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación.
– Definir un plan de negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir.
– Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida.

CE4.5 Elaborar un informe que recoja los acuerdos de la negociación, mediante el uso de los programas informáticos adecuados.

C5: Utilizar los mecanismos de seguimiento y control de programas de aprovisionamiento.

CE5.1 Explicar el proceso de control que deben seguir los pedidos realizados a un proveedor en el momento de recepción en el almacén.

CE5.2 Definir indicadores de calidad y eficacia operativa en la gestión de proveedores.

CE5.3 Explicar las incidencias y problemas más frecuentes del proceso de aprovisionamiento distinguiendo al menos: faltantes, retrasos y defectuosos entre otros y asignando responsabilidades dentro de la cadena de suministro.

CE5.4 En un caso práctico debidamente caracterizado, con los resultados de un proceso de aprovisionamiento:

– Calcular los principales ratios de control y gestión de proveedores.
– Elaborar gráficos de resultados que permitan la interpretación de los resultados de las ratios.
– Clasificar los proveedores críticos según unos criterios de valoración definidos.

CE5.5 En un caso práctico debidamente caracterizado de anomalías en la recepción de un pedido, explicar las posibles medidas que hay que adoptar para su resolución.

CE5.6 En un caso práctico debidamente caracterizado, redactar un informe de evaluación de proveedores de manera clara y estructurada utilizando aplicaciones informáticas y conteniendo al menos: análisis de la situación, detección de problemas y puntos críticos, costes y conclusiones o propuesta de soluciones en caso de problemas de aprovisionamiento.

C6: Elaborar la documentación relativa al control, registro e intercambio de información con proveedores, siguiendo los procedimientos de calidad y utilizando aplicaciones informáticas.

CE6.1 Definir el sistema de recogida y tratamiento de datos generados en el proceso de aprovisionamiento.

CE6.2 Dado un proceso de aprovisionamiento debidamente caracterizado, dibujar un diagrama de flujo de información señalando los departamentos de una empresa y los demás agentes logísticos que intervienen en la actividad de aprovisionamiento del proceso de aprovisionamiento definido.

cve: BOE-A-2011-19501

CE6.3 Definir los aspectos que deben figurar en los documentos internos de registro y control del proceso de aprovisionamiento.
CE6.4 Explicar los distintos tipos de documentos utilizados para el intercambio de información con proveedores: órdenes de compra, programas de entrega en firme y planificadas, avisos de envío/recepción, albaranes de entrega, facturas, especificaciones del producto y ofertas, utilizando soportes convencionales y sistemas de transmisión electrónica de información.
CE6.5 Diseñar una base de datos que centralice los ficheros de proveedores, artículos, el estado de los inventarios, compradores, ofertas, órdenes abiertas y recepciones entre otros.
CE6.6 En un supuesto, convenientemente caracterizado, de información procedente del proceso de aprovisionamiento:
- Determinar el tipo de información que se va a manejar asignándole la codificación y las propiedades precisas para su adecuado procesamiento posterior.
- Agrupar la información en tablas de forma homogénea identificándolas convenientemente y evitando la existencia de información redundante.
- Asegurar la fiabilidad e integridad de la gestión de los datos ante la eliminación o actualización de registros evitando duplicidades o información no relacionada.
- Manejar con precisión las utilidades de la aplicación que permitan realizar consultas de información.
- Aplicar procedimientos que optimicen el registro y consulta de la información.

Contenidos

1. Proceso de compras en la logística interna.
- Importancia de la función de compras en la logística interna de la empresa.
- Plan de compras y programa de necesidades:
  - Interacción entre los departamentos de la empresa.
  - Planificación de la producción y planificación de compras.
- Secuencia del ciclo de compras para la empresa:
  - Detección de necesidades y requerimientos de bienes/servicios.
  - Selección de proveedores.
  - Seguimiento y recepción de los pedidos.
  - Almacenamiento y registro de las compras.
- Descripción y especificación de la compra para la empresa.
  - Factores de compra.
  - El riesgo asociado a la compra.
- Petición de ofertas y pliego de condiciones de aprovisionamiento:
  - Procesos de licitación y concurso de proveedores.
- El acuerdo y contrato de compraventa/suministro:
  - Concepto.
  - Normativa reguladora.
  - Elementos del contrato.
  - Clases de contrato.
  - Obligaciones de las partes.
  - Forma de los contratos.
  - Cláusulas del contrato.
  - Incumplimientos: resolución de conflictos con proveedores.
  - Subcontratación.
- Documentación de la compra:
  - Orden de compra.
  - Orden de pedido.
  - Orden de pago.
  - Factura y albarán.
- Las compras en mercados internacionales: globalización de la cadena de suministro.

cve: BOE-A-2011-19501

2. **Selección de proveedores.**
   - Identificación de fuentes de suministro y búsqueda de proveedores.
   - Competencia perfecta e imperfecta.
   - Criterios de selección de proveedores:
     - Precios y condiciones de pago.
     - Plazos de entrega.
     - Calidad de los productos.
     - Fiabilidad.
     - Posibilidades futuras de evolución.
   - Homologación proveedores.
   - Categorización de proveedores.
   - Registro de proveedores: el fichero de proveedores
   - Sistemas de aseguramiento de calidad de proveedores:
     - Exigencias de los sistemas de certificación.

3. **Técnicas de negociación con proveedores.**
   - Conceptos clave en la negociación con proveedores.
   - Resolución de conflictos y litigios con proveedores: posibilidades de actuación.
   - Cualidades del negociador: comunicación, persuasión y habilidades.
   - Estilos/ Formas de negociación.
   - Tipos de negociación:
     - Competitiva.
     - Colaborativa o cooperativa.
   - Preparación de la negociación: Estrategias y tácticas.
   - Etapas del proceso de negociación:
     - Inicio.
     - Conocimiento.
     - Argumentación y objeciones.
     - Cierre.
   - Actitud y comportamiento en la negociación.
   - Puntos críticos de la negociación.
   - Posiciones de las partes en la negociación: poder de negociación.
   - Estrategia ante situaciones especiales: monopolio, proveedores exclusivos y otras.
   - Arbitraje y mediación en conflictos con proveedores.

4. **Técnicas y sistemas de comunicación aplicadas la gestión de proveedores.**
   - Los procesos de comunicación en la gestión de proveedores.
   - Las relaciones con proveedores: motivos de satisfacción y discrepancias.
   - Sinergias con proveedores.
   - Técnicas de comunicación en contextos nacionales e internacionales.
     - Elementos de la comunicación.
     - Niveles de comunicación.
     - Asertividad y persuasión.
     - Interacción social.
   - Sistemas de comunicación e información con proveedores: transmisión electrónica de datos.
     - Las redes.
     - Servicios en las TICs.

5. **Seguimiento y evaluación de proveedores.**
   - Gestión y seguimiento de proveedores y pedidos:
     - Objetivos de la gestión de pedidos y la distribución.
     - Recepción, identificación y verificación de pedidos.
     - Errores en las especificaciones de los pedidos.
     - Optimización de las entregas y recepción de mercancías.

cve: BOE-A-2011-19501

- Redes de intercambio de información:
  - Sistemas de seguimiento de proveedores.
- Diagramas de flujo de documentación e información y descripción de actividades:
  - Órdenes de pedido/entrega.
  - Programación de Entregas.
- Gestión Automática de Pedidos-GAP.
- Seguimiento del pedido.
  - Aplicaciones informáticas de seguimiento de pedidos.
- Registro documental y de operaciones.
- Indicadores de calidad y evaluación de proveedores:
  - Cálculo de desviaciones en costes, plazos de entrega y errores.
  - Indicadores de cumplimiento.
  - Indicadores de evaluación.
  - Indicadores de eficiencia.
  - Indicadores de eficacia.
  - Indicadores de gestión.
- Elaboración de informes de evaluación de proveedores.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo – MF1004_3	80	70

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA

Código: MF1005_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1005_3 Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir las fases y operaciones a realizar dentro de la cadena logística de acuerdo con los niveles de servicio y la calidad establecidos para realizar el seguimiento de las mercancías.

CE1.1 Describir las características básicas de la cadena logística identificando las actividades, fases y agentes que participan (proveedores, centros de producción, transporte primario, zonas de tránsito, depósitos, almacenes, centros de compras y distribución, transportistas, puntos de venta, cliente) y las relaciones entre ellos.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.2 Representar mediante diagramas los flujos físico, de información y económicos en las distintas fases de la cadena logística calculando la duración total del proceso y el camino crítico.

CE1.3 Diferenciar los objetivos y ventajas de la gestión de la cadena logística como un proceso integrador de proveedores y clientes.

CE1.4 A partir de un caso práctico debidamente caracterizado, establecer los elementos básicos de la base de datos que recoja la información necesaria para el seguimiento de la mercancía en toda la cadena logística, señalando al menos:

– Delegaciones/almacenes, centros de producción y distribución de la cadena logística.
– Datos de clientes (puntos de entrega/recogidas, domicilio, pedidos).
– Datos de proveedores de servicios (transportistas, consignatarios, cargadores, condiciones de servicio).
– Datos de agentes, transitarios y delegados disponibles a nivel internacional.

CE1.5 Valorar la gestión de operaciones de logística inversa para la optimización y cierre de la cadena logística.

CE1.6 Describir las causas para implantar sistemas de logística inversa, regulación, política de devolución, estacionalidad, unidades de carga entre otros.

C2: Calcular costes logísticos en función de las variables que intervienen en la ejecución del servicio de distribución, para elaborar un presupuesto del servicio logístico.

CE2.1 Describir los costes logísticos directos e indirectos, fijos y variables, considerando todos los elementos de una operación logística tipo, desde su origen hasta su destino.

CE2.2 Valorar las distintas alternativas en los diferentes modelos o estrategias de distribución de mercancías: red logística propia, centros de distribución, red de almacenes propios o arrendados, envíos directos, entre otros.

CE2.3 Calcular el coste unitario de una operación logística a partir de las condiciones establecidas y considerando al menos:

– Coste de adquisición.
– Coste de transporte (por entrega, por kilómetros entre otros).
– Coste de almacenamiento.
– Coste de gestión.
– Costes de manipulación.
– Costes indirectos (seguros, impuestos, comisiones entre otros).
– Coste de devoluciones.

CE2.4 Enumerar las situaciones en que pueden producirse costes no previstos y analizar la posibilidad de repercutirlo al cliente.

CE2.5 Elaborar el escandallo de costes de una operación a partir de las condiciones establecidas aplicando las normas de valoración propuestas a nivel internacional (incoterms, entre otras).

CE2.6 Proponer medidas para la minimización de los costes logísticos y maximización de la rentabilidad, valorando la responsabilidad corporativa en la gestión de residuos, desperdicios, devoluciones caducadas y embalajes entre otros.

CE2.7 Identificar los gastos y responsabilidades imputables a cada uno de los agentes de la cadena logística.

CE2.8 A partir de un caso práctico debidamente caracterizado, aplicar criterios de asignación de costes entre proveedores y clientes en función del medio de transporte y la forma de contratación del servicio.

C3: Analizar las incidencias más habituales en la cadena logística proponiendo procedimientos oportunos para resolverlas.

CE3.1 Explicar el concepto de incidencias e imprevistos en la prestación de un servicio de distribución.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.2 Enumerar los factores que pueden originar incidencias en la cadena logística: carga y descarga, transporte y entrega de mercancías entre otros.
CE3.3 Describir las incidencias más comunes que pueden presentarse en la cadena logística y las ratios e indicadores de calidad del proceso KPI (Indicadores clave del proceso):
- Entregas a tiempo: % de entregas a tiempo.
- Entregas competas: % de entrega completas.
- Calidad en la entrega: % pedidos con incidencias.
- Tiempo de descarga: % pedidos descargados a tiempo.

CE3.4 Definir los sistemas de localización y seguimiento de mercancías a través de las comunicaciones vía satélite, radiofrecuencia y GPS entre otros, para controlar y garantizar la localización de la mercancía y asignación de responsabilidades.
CE3.5 Explicar en función del tipo de incidencia, el lugar y la fase de la cadena en que se produce, a quién es imputable y qué solución se le da.
CE3.6 Describir un sistema de control y registro de incidencias (documentadas) en el que se contemplen al menos, conceptos como: tipo de incidencia, cliente, proveedor, transporte y producto.

C4: Utilizar los sistemas de información y comunicación adecuados para la gestión y atención de las relaciones con el cliente/proveedor de una cadena logística.
CE4.1 Describir las principales utilidades de los sistemas de información y comunicación en la cadena logística.
CE4.2 En diferentes supuestos prácticos, utilizar conforme a lo especificado sistemas de información y comunicación con los agentes implicados en la cadena.
CE4.3 Identificar los principales sistemas de comunicación habituales y de conexión vía satélite en el sector.
CE4.4 Identificar y manejar al nivel de usuario, sistemas de intercambio de información vía EDI en las comunicaciones con clientes, proveedores, plataformas logísticas o centros de distribución de cargas, agentes, transitarios y administraciones públicas.
CE4.5 Ante una comunicación verbal, oral o escrita, interpretando la información y órdenes recibidas:
- Producir mensajes orales claros y precisos, utilizando el vocabulario específico y las técnicas de comunicación adecuadas.
- Transmitir la información elaborada utilizando el soporte electrónico adecuado, EDI u otros.

CE4.6 Interpretar y analizar la información escrita en el ámbito del almacenaje de mercancías.
CE4.7 Ante un supuesto de comunicación escrito:
- Interpretar el texto propuesto, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas.
- Redactar y/o cumplimentar documentos e informes relacionados con el caso propuesto, utilizando la terminología específica del sector del almacenaje y transporte, con corrección, claridad y precisión.

Contenidos

1. **Fases y operaciones en la cadena logística.**
   - La cadena de suministro: fases y actividades asociadas.
     - Actores: proveedores, empresa, clientes, empresas de transporte, almacenes en tránsito, centrales de compra y distribución.
     - Relaciones y sinergias.
     - Elementos organizativos, materiales, tecnológicos e informáticos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Flujos en la cadena de suministro: flujo físico de materiales y flujo de información. Características de los mismos. Cómo se articulan. Ejemplo concreto de un proceso de aprovisionamiento desde que se lanza la orden de pedido hasta su recepción en almacén.
- El flujo de información: en tiempo real, fiable, seguro, fácil de interpretar y manejar.
- Flujo de materiales: seguro, eficaz y con calidad. Diagrama de flujos interconexionados.
- Cadena logística: objetivos. Cómo lograrlos. Integración de actores y sinergias a conseguir.
  - Ventajas de la integración logística frente a tratamientos aislados.
  - El lead-time y su control.
  - La cadena de valor añadido.
  - El servicio al cliente.
- Logística y calidad.
  - Factores y puntos críticos en el proceso logístico desde el punto de vista de la calidad.
  - Medición de la no-calidad logística.
  - Calidad preventiva.
  - Medición del costo de la no calidad.
- Gestión de la cadena logística:
  - Aprovisionamiento y compras.
  - Producción, almacenaje y distribución.
  - Las mejores prácticas.
  - Conexión y sinergias a establecer con clientes y proveedores.
- El flujo de información.
  - Elementos que contiene.
  - Trazabilidad.
  - Tecnología e informática de apoyo. Información al cliente.

2. Logística inversa.

- Devoluciones y logística inversa.
  - Medio ambiente y logística inversa.
  - Alternativas posibles en la recuperación de productos.
  - Modificación de los patrones logísticos tradicionales.
- Posibles límites a la logística inversa.
  - Diseño para el reciclaje.
  - Logística inversa del envase y el embalaje.
  - Pools de paletas y KLT's.
  - Las 3 R: reutilización, reciclaje, reducción.
- Causas de la aparición de la logística inversa.
  - El ciclo de vida de los productos, la obsolescencia y la logística inversa.
  - La logística inversa como fuente de negocio.
  - Puntos críticos en la logística inversa.
  - Ventajas de incorporar los procesos de logística inversa en la logística directa.
- Política de devolución de productos.
  - El consumo: estacionalidad, variación de la demanda, caducidad del producto, gestión de stock y su correlación con la logística inversa.
  - Acuerdos con los clientes y proveedores para devoluciones y retornos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Logística inversa y legislación:
  - Envases y residuos.
  - Pilas y baterías.
  - Vehículos fuera de uso (VFU).
  - Residuos de aparatos electrónicos y eléctricos.
  - Aceites y vertidos industriales líquidos.

3. Optimización y costos logísticos.

- Características del costo logístico: variabilidad.
  - Componentes del costo logístico; stock, almacenaje, picking, envase y embalaje, transporte.
  - Costos directos e indirectos.
  - Cadena de suministro y costos logísticos asociados.
  - El «despilfarro».
- Sistema tradicional y sistema ABC de costos.
  - El costo logístico de oportunidad.
  - Costos totales y costos unitarios.
  - Costos medios y costos individualizados a nivel de producto y de cliente.
  - Utilidad y forma de cálculo.
  - Estrategias operativas que se deducen de los costos individuales.
- Medición del costo logístico y su impacto en la cuenta de resultados. Costos totales, costos unitarios y costos porcentuales.
- Estrategia y costos logísticos.
  - Principios básicos al diseñar una estrategia de costos.
  - Urgencias e imprevistos: como detectarlos, analizarlos y minimizar su impacto.
  - Puntos críticos de la cadena logística donde pueden producirse imprevistos y desviaciones.
- Medidas para optimizar el costo logístico en las diversas áreas: stock, almacenaje, picking, transporte.
- Cuadro de control de costos. Pirámide de información del costo logístico.
- Ejemplo práctico de cálculo del costo logístico en una operación de comercialización, teniendo en cuenta el costo de compra, los costos de stock, almacenaje y manipulación, el costo de transporte de distribución y los costos administrativos e indirectos.

4. Redes de distribución.

- Diferentes modelos de redes de distribución:
  - Directa desde fábrica a cliente.
  - Directa a través de un almacén regulador.
  - Distribución escalonada.
  - Outsourcing en la distribución.
- Cálculo del costo logístico de distribución en los diferentes modelos:
  - Costo financiero del costo.
  - Costo de almacenaje.
  - Costo de preparación de pedidos.
  - Costo de transporte tanto de larga distancia como de reparto final.
  - El costo del outsourcing.

5. Gestión de imprevistos e incidencias en la cadena logística.

- Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución.
- Puntos críticos del proceso. Importancia cualitativa y monetaria de las mismas.

cve: BOE-A-2011-19501

- Análisis de determinados procesos críticos:
  - Carga y descarga de mercancía.
  - Transporte y entrega.
  - Incidencias más frecuentes.
  - Estrategias de detección, seguimiento y corrección.
  - Indicadores de gestión (KPI).
- Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución.
- Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia.
- Acceso del cliente a la información.
- Determinación de responsabilidades en una incidencia.
  - Detección del punto físico y momento temporal en que se produce (fase del proceso logístico).
  - Solución.
  - Actitud preactiva ante incidencias por parte de los actores de la cadena de suministro.
- En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia.
  - Actuaciones diferentes según el tipo y el momento de la misma: en el control de recepción, en la manipulación, en la preparación de pedidos, en el transporte.
  - A quiénes se debe informar y contenido de la información.
  - Propuesta de actuación correctora el caso actual y cara al futuro.
- Incidencias y su tratamiento informático. Sistema de documentación: grabación de datos, información mínima, clasificación según tipos, seguimiento y solución dada a la misma, costo real o estimado, cliente afectado o proveedor involucrado, punto de la cadena en que se produjo.

6. Información, comunicación y cadena de suministro.

- Tecnología y sistemas de información en logística.
- La pirámide de información.
- Ventajas y posibles inconvenientes: costo y complejidad del sistema.
- La comunicación formal e informal.
  - Comunicación oral y comunicación en soporte comprobable.
  - Metodología en la generación y transmisión de la información.
- Sistemas de utilización tradicional y de vanguardia: la informática, satélites, GPS, EDI, transmisión de ficheros, e-mail, teléfono, fax. Características. Pros y contras de los diferentes sistemas.
- Información habitual en el almacén:
  - Picking list, parking list, reports de actividad e incidencias.
  - Pedidos de clientes y pedidos a proveedores.
  - Información sobre flujos internos y flujos con terceros (entradas y salidas al y del almacén).
  - Documentos de transporte nacional, de exportación y de importación.
- Terminología y simbología utilizadas en la gestión del almacén.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo – MF1005_3	90	60

cve: BOE-A-2011-19501

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 4

Denominación: INGLÉS PROFESIONAL PARA LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL

Código: MF1006_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1006_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral, formal e informal, presencial o retransmitido, de una operación logística internacional.

CE1.1 Diferenciar las características fonéticas del léxico técnico habitual utilizado en operaciones de logística y transporte de mercancías y relaciones comerciales internacionales en general.

CE1.2 A partir de la audición de datos técnicos, económicos, políticos o sociales de distintos países y/o empresas de transporte y logística internacional interpretar su significado haciendo un uso esporádico del diccionario.

CE1.3 Interpretar mensajes orales en/de contestadores telefónicos a partir de grabaciones o situaciones simuladas.

CE1.4 A partir de la audición de un discurso oral conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para una operación comercial definida:

– Interpretar con precisión el significado de los datos más relevantes para la operación.
– Interpretar la información contextual y no verbal con coherencia al discurso oral.
– Resumir los argumentos e información relevante para la ejecución de la operación.

C2: Obtener e interpretar datos e información específica de distintos documentos y fuentes de información de transporte internacional haciendo un uso esporádico del diccionario.

CE2.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes técnicos y el léxico habitual en los documentos de transporte y operaciones de logística internacional en distintos modos de transporte, conocimientos de embarque, CMR o CIM (cartas de porte internacional) y documentos y permisos de tránsito.

CE2.2 A partir de una tabla con datos necesarios para la ejecución de una operación de transporte internacional: costes, tarifas, permisos, autorizaciones y puntos de origen y destino interpretar el significado de cada término.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.3 Dado un texto conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para las operaciones logísticas y de transporte internacional interpretar con precisión su significado:
– Condiciones de transporte internacional.
– Cobertura de la póliza de seguros de transporte y mercancías.
– Identificación de lugares de origen, destino e intermedios: puertos, aeropuertos o plataformas logísticas.

CE2.4 Diferenciar con claridad la información relevante de los documentos propios de una operación de transporte internacional definida, identificando al menos:
– Partes implicadas en la operación: agentes, transportistas y clientes.
– Puntos de origen, conexión y destino.
– Condiciones del transporte.
– Documentos y autorizaciones necesarios.
– Otros aspectos técnicos del documento necesarios para la ejecución de la operación.

C3: Producir mensajes orales con fluidez, detalle y claridad, fijando condiciones de las operaciones.

CE3.1 Pronunciar la terminología específica y expresiones habituales en el ámbito de la logística y transporte internacional.

CE3.2 Identificar las expresiones orales y jergas habituales en el ámbito de la logística para señalar fechas, lugares y condiciones del transporte de mercancías.

CE3.3 Explicar las fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo en saludos, presentaciones o despedidas en conversaciones con agentes, clientes y/o proveedores internacionales.

CE3.4 En distintos contextos socioprofesionales habituales en transporte internacional, transmitir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos para captar la atención del interlocutor.

CE3.5 A partir de la simulación de una presentación de productos para la exportación preparar una presentación de al menos 10 minutos a varios interlocutores considerando al menos:
– Presentación individual.
– Objetivos de la presentación con claridad.
– Normas de educación y cortesía necesarias para la comunicación efectiva de la información que se quiere presentar.
– Conclusión y agradecimientos al público.

C4: Redactar y cumplimentar informes y documentos propios de la logística y transporte internacional aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

C4.1 Identificar la estructura y fórmulas habituales utilizadas en los documentos propios de la logística considerando al menos:
– Contratos de transporte internacional,
– Pólizas de seguro de transporte y mercancías,
– Documentos de tránsito de mercancías entre países,
– Correos electrónicos, faxes y documentos internos.

CE4.2 Definir la estructura de las cartas y documentos de comunicación escrita con agentes, clientes y proveedores de servicios de transporte internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE4.3 A partir de distintos supuestos de operaciones de logística y transporte internacional suficientemente caracterizados, redactar cartas comerciales incluyendo:
– Demandas de información.
– Precio y condiciones de transporte descuentos y recargos.
– Rectificaciones y/o anulaciones de operaciones.
– Puntos de origen, aduana, tránsito y destino.
– Responsabilidad de cada parte en las condiciones de transporte y seguros.

CE4.4 A partir de una operación de transporte internacional intermodal suficientemente caracterizada, redactar con sencillez, abreviaturas habituales y exactitud documentos de intercomunicación escrita: faxes, correos electrónicos y mensajes o notas informativas de la operación informando de convocatorias de reunión u otras fases de la operación logística.

CE4.5 A partir de distintos contextos socioprofesionales en el marco de una operación logística: visitas de negocio, resolución de incidencias y reclamación de responsabilidades entre otros, redactar el acta y/o informe explicando y proponiendo soluciones.

CE4.6 A partir de operaciones de exportación/importación suficientemente caracterizados con su documentación y pasos de tránsito y destino definidos:
– Identificar la terminología técnica y/o específica, del contexto de la operación y jerga habitual en la logística.
– Utilizar con rapidez y eficacia el diccionario, fuentes de información online u otros instrumentos de traducción para buscar los términos que se desconozcan.
– Interpretar con claridad y exactitud el documento.
– Cumplimentar la información necesaria utilizando las expresiones y jergas específicas propias del sector.

CE4.7 A partir de la documentación aduanera escrita en inglés y sin cumplimentar de una operación específica de exportación/importación claramente definida cumplimentarla considerando:
– El tipo de información solicitada en cada apartado.
– Las abreviaturas, usos o expresiones habituales al ámbito profesional de uso del documento.

C5: Conversar con fluidez y espontaneidad manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de operaciones logísticas y transporte: visitas de clientes, gestiones y negociación de operaciones con clientes/proveedores.

CE5.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo en saludos, presentaciones o despedidas, adecuadas a la cultura del interlocutor diferenciando al menos cuatro países/grupos diferentes: árabe, oriental, africana, europea y norteamericana entre otros, en la comunicación verbal y lenguaje corporal que lo acompañe.

CE5.2 Dada una supuesta situación de comunicación presencial: visitas de clientes/proveedores u otras:
– Recibir y/o presentar al visitante utilizando con corrección las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía identificadas.
– Justificar posibles retrasos o ausencias de forma correcta.
– Identificar los aspectos clave de los posibles requerimientos de información asegurando su comprensión:
– Transmitir con precisión los mensajes recibidos anteriormente.
– Transmitir mensajes orales con información sobre la empresa, cultura, organigrama, actividad, productos y servicios utilizando de manera apropiada el léxico técnico utilizado en el entorno profesional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE5.3 A partir de una conversación telefónica simulada en la que se utilizan las estructuras y las fórmulas necesarias y se proporciona información concreta:
– Adaptar el registro oral al medio de comunicación, asegurándose de la recepción del mensaje y al contexto.
– Identificarse e identificar al interlocutor observando las normas de protocolo.
– Concertar, posponer, anular citas u operaciones propias del proceso de compraventa internacional.
– Utilizar las normas de cortesía y protocolo para justificar las ausencias, errores o faltas cometidas ofreciendo alternativas para la resolución de imprevistos.
– Proporcionar y solicitar información de fechas, horarios de llegada y puntos de tránsito y destino de la operación logística, cantidades de mercancías, características en distintas unidades de peso y medida y precios en distintas divisas.
– Despedirse de la conversación telefónica utilizando las fórmulas con corrección.

CE5.4 Dada una situación simulada con un cliente y con un proveedor de servicios de transporte internacional:
– Identificar e identificarse al interlocutor observando las normas de protocolo.
– Mantener una conversación fluida y correcta proponiendo/aceptando consejos/sugerencias del/al interlocutor relativas a tarifas de transporte y condiciones de la operación utilizando estructuras para expresar interés, opiniones, sorpresa, negación, confirmación, e indignación.
– Utilizar correctamente frases de cortesía, de acuerdo, y desacuerdo.
– Acompañar el discurso oral con el lenguaje corporal: mirada, movimiento de manos y postura corporal, entre otros, adecuándolo al contexto sociocultural del interlocutor.
– Rebatir, con fluidez suficiente, argumentos y condiciones predecibles de la operación, facturación, cobro, entrega u otros.

CE5.5 En un supuesto tipo en el que se plantean situaciones de incidencias, reclamación o conflicto de intereses propias de las operaciones logísticas:
– Extraer la información del interlocutor interpretando correctamente la información explícita e implícita, gestual y contextual del interlocutor.
– Interactuar solicitando disculpa o explicaciones a las situaciones/errores planteados.
– Rebatir objeciones o quejas utilizando las fórmulas de cortesía y usos habituales en la cultura del interlocutor para resolver el conflicto con eficacia.

Contenidos

1. **Expresiones y estructuras lingüísticas utilizadas en las operaciones de transporte y logística en inglés.**
   – Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones logísticas y de transporte internacional.
   – Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las relaciones con clientes/proveedores de servicios de transporte internacional.
   – Expresiones de uso cotidiano en empresas de transporte y logística.
   – Expresiones para el contacto personal en operaciones de transporte y logística.
   – Expresiones fonéticas habituales.
   – Comunicación no presencial: expresiones al teléfono en la operativa de transporte internacional.

2. **Operativa específica de logística y transporte en inglés.**
   – Terminología de las operaciones de servicios de logística y transporte.
     – Almacenaje, carga, descarga.
     – Vehículos.
     – Rutas.

cve: BOE-A-2011-19501

- Plazos de recogida y entrega de mercancías.
- Establecimiento de condiciones de transporte: fechas, puntos de origen y destino, responsabilidad de las partes.
- Cumplimentación de documentación propia del transporte.

– Documentación propia de operaciones de transporte y servicios logísticos internacionales.
– Términos comerciales, financieros y económicos.
– Condiciones de transporte.
– Cumplimentación de documentos del transporte.
– Elaboración de documentos y comunicación escrita en operaciones de transporte: correo electrónico, sms u otros.
– Procedimientos de tránsito internacional.

3. Atención de incidencias en inglés.

– Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
– Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
  – Saludos.
  – Presentaciones.
  – Fórmulas de cortesía habituales.
– Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
– Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
– Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
– Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
– Estructuras sintácticas y usos habituales en la atención telefónica.
– Reclamaciones y formulación de expresiones en la gestión de incidencias, accidentes y retrasos habituales en el transporte.
– Documentación escrita en relación a imprevistos.
– Fórmulas de persuasión y cortesía para la resolución de reclamaciones e incidencias propias de la logística y transporte internacional.
– Normas y usos socioprofesionales habituales en el transporte internacional.
– Accidentes, siniestros. Salud y bienestar. Servicios de urgencia.
– Mecánica. Averías.

4. Comercialización de servicios de transporte en inglés.

– Interacción entre las partes: presentación inicial de posiciones, argumentos, preferencias comparaciones y estrategias de negociación.
– Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de servicio: precio, descuentos y recargos entre otros.
– Tipos de vehículos. Plazos de entrega.
– Condiciones de transporte y modos de pago.
– Elementos socioprofesionales más significativos en las relaciones con clientes/proveedores extranjeros.
– Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
– Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
– Simulación de procesos de negociación con clientes/proveedores de servicios de transporte.
– Presentación de productos/servicios:
  – Características de productos/servicios.
  – Medidas.
  – Cantidades.
  – Servicios añadidos.
  – Condiciones de pago.
  – Servicios postventa, entre otros.

cve: BOE-A-2011-19501

– Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

5. Comunicación comercial escrita en inglés.

– Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica:
  – Pedidos.
  – Facturas.
  – Recibos.
  – Hojas de reclamación.
– Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés:
  – Hojas de pedido.
  – Facturas.
  – Ofertas.
  – Reclamaciones entre otros.
– Redacción de correspondencia comercial:
  – Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
  – Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas.
  – Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
– Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
– Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
– Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
– Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:
  – Internet.
  – Fax.
  – Correo electrónico.
  – Carta u otros análogos.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo – MF1006_2	90	60

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

cve: BOE-A-2011-19501

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE GESTIÓN Y CONTROL DEL APROVISIONAMIENTO

Código: MP0333

Duración: 80 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Colaborar en la organización del plan de aprovisionamiento y proyectos de producción/distribución de la empresa controlando el cumplimiento del diagrama/grafo de actividades, los tiempos y situación de cada nodo y su camino crítico y utilizando sistemas informáticos MRP y DRP.

CE1.1 Interpretar la información obtenida de los diferentes departamentos de la empresa (plan de producción, listados de materiales, inventario, u otros) que permitan desarrollar el plan de requerimientos de material.

CE1.2 Preparar los documentos de formalización del proyecto identificando las condiciones administrativas para su realización.

CE1.3 Realizar las operaciones de planificación de actividades por tareas según especificaciones iniciales utilizando los métodos PERT y GANTT.

CE1.4 Asegurar que el proyecto cumple las expectativas del usuario, garantizando que su instalación y uso sean los correctos.

CE1.5 Coordinar un sistema de distribución JIT controlando el proceso aprovisionamiento-producción-distribución.

CE1.6 Calcular las necesidades brutas y netas de material necesitado en cada periodo de producción del producto utilizando técnicas informáticas de MRP.

CE1.7 Valorar mediante indicadores de calidad prefijados los resultados de los objetivos en relación a al mejora del servicio, reducción de inversión en inventarios y mejora en la eficiencia de operación de la planta de producción.

C2: Solicitar a los proveedores la información relativa a materiales o productos de suministro, utilizando los sistemas o técnicas de comunicación más convenientes.

CE2.1 Elaborar los requerimientos técnicos de la materia/producto que se desea adquirir en base a factores económicos, de calidad y de servicio.

CE2.2 Presentar solicitud de información y necesidades a los proveedores, detallando los puntos clave de interés utilizando el medio de información y comunicación más apropiado según cada caso.

CE2.4 Exponer de forma clara y concisa las necesidades de información sobre los pedidos a realizar adoptando las actitudes convenientes en cada situación.

CE2.5 Realizar el mantenimiento periódico de las bases de datos de los ficheros de proveedores, artículos, clientes, órdenes, etc, utilizando el sistema informático de la empresa.

CE2.6 Participar en el proceso de negociación teniendo en cuenta el pliego de condiciones de compraventa y/o aprovisionamiento.

C3: Realizar el seguimiento y control de gestión de proveedores y pedidos asegurando en tiempo y forma la recepción del pedido en el punto acordado.

CE3.2 Recoger en un informe o documento de incidencias relativas a la falta de material, retrasos producidos, defectos observados, durante el proceso de aprovisionamiento.

CE3.3 Proponer medidas correctoras para minimizar el impacto negativo de las incidencias más frecuentes, previa detección de las mismas.

CE3.4 Confeccionar un informe con las incidencias más frecuentes en el proceso de distribución, detallando sus posibles causas, fase de la cadena logística en que se produce y persona responsable.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.5 Elaborar un cuadro de mando o conjunto de KPI'S que permitan evaluar la calidad del servicio del aprovisionamiento y de la distribución, que abarque aspectos como: tipo de incidencia, cliente, proveedor, transporte, entre otros.

CE3.6 Realizar el seguimiento de la mercancía aplicando la tecnología sobre los sistemas de comunicación vía satélite, radiofrecuencia, GPS y otros medios técnicos a fin de poder localizar la mercancía y asignar las posibles responsabilidades en caso de incidencia.

CE3.7 Ante una incidencia detectada y tipificada, indicar el procedimiento de actuación detallando las medidas correctoras cara al futuro e informando al responsable.

C4: Realizar el control de inventario aplicando las técnicas y medios eficientes para detectar errores y mermas.

CE4.1 A partir de los datos iniciales suministrados de stock y costo de almacenamiento y mediante el uso de la hoja de cálculo:

- Clasificar las existencias aplicando el método ABC.
- Calcular el período medio de almacenamiento.
- Valorar las existencias aplicando los métodos PMP, FIFO y LIFO.
- Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los diferentes métodos de valoración.

CE4.2 A partir de los datos iniciales suministrados referentes al stock y costos asociados y mediante el uso de la hoja de cálculo obtener:

- Lote económico y el punto de pedido de un producto.
- Stock de seguridad.
- Stock medio, máximo y mínimo, óptimo.
- Valoración del inventario y presentar los resultados de acuerdo con un criterio de confección de inventarios.

C5: Confeccionar la documentación relativa al registro y control interno y externo de la del aprovisionamiento de la empresa, utilizando sistemas de transmisión electrónica de información.

CE5.1 Señalar mediante un diagrama de flujo de información el recorrido de la información entre los departamentos que constituyen la empresa y demás agentes logísticos.

CE5.2 Diseñar la estructura de los documentos internos de la empresa para el control y seguimiento del aprovisionamiento.

CE5.3 Instruir en el tipo de información que se va a procesar mediante la asignación de un sistema de codificación.

CE5.4 Agrupar la información de forma relacional que impida duplicidades asegurando su integridad.

CE5.5 Operar con las aplicaciones del sistema informático asegurando la fiabilidad del sistema.

C6: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE6.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE6.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE6.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE6.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE6.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE6.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

cve: BOE-A-2011-19501

Contenidos

1. **Planificación y gestión de la demanda y producción.**
   - Previsión de necesidades y demanda: documentación.
   - Diagrama de flujo del proceso.
   - Plan maestro de producción.
   - Cronograma de actividades.

2. **Planificación de necesidades de materiales y distribución.**
   - Los sistemas departamentales de la empresa y su interconexión.
   - Uso de las técnicas de planificación de necesidades de materiales MRP y de planificación de distribución DRP.
   - Cálculo de necesidades brutas y netas.
   - Manejo de herramientas informáticas para el cálculo de necesidades de aprovisionamiento.

3. **Gestión y control de inventarios.**
   - Clasificación y valoración del inventario.
   - Medida de nivel de inventario. Stock de seguridad.
   - Cálculo de lote económico de pedido.
   - Operaciones de seguimiento y consulta de incidencias.
   - Cumplimentación de informes periódicos sobre los procesos de compras y aprovisionamiento.

4. **Gestión de relaciones con proveedores.**
   - Identificación y selección de proveedores.
   - Análisis económico de condiciones de aprovisionamiento y pedidos.
   - Seguimiento de pedidos y relaciones con proveedores.
   - Aplicar criterios de evaluación a proveedores:
     - Administrativos.
     - Técnicos.
     - Económicos.
   - Uso de sistemas GRP (gestión de relaciones con los proveedores).
   - Control de calidad de servicio.

5. **Uso de sistemas informáticos de información y comunicación en relación a clientes y proveedores.**
   - Circuito de información en la cadena logística interna y externa.
   - Elaboración de documentación que maneja la empresa con proveedores.
   - Tecnología e informática aplicadas al tratamiento de la información.

6. **Integración y comunicación en el centro de trabajo.**
   - Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
   - Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
   - Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
   - Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
   - Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
   - Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
   - Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

cve: BOE-A-2011-19501

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF1003_3: Planificación del aprovisionamiento	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años	4 años
MF1004_3: Gestión de proveedores	• Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años	4 años
MF1005_3: Optimización de la cadena logística	• Licenciado, ingeniero, arquitecto o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el titulo de grado correspondiente u otros títulos equivalentes • Técnico Superior en Gestión del Transporte o título equivalente. • Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área profesional de Logística comercial y gestión del transporte de la familia profesional de Comercio y marketing.	2 años	4 años

MF1006_2: Inglés profesional para logística y transporte internacional	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua inglesa o título de grado equivalente.
	• Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria:
	  • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua inglesa o titulación equivalente.
	  • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de inglés como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos.
	• Titulación universitaria cursada en un país de habla inglesa, en su caso, con la correspondiente homologación.
		2 años	Imprescindible acreditación

cve: BOE-A-2011-19501

V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m² 15 alumnos	Superficie m² 25 alumnos
Aula técnica de gestión e idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula técnica de gestión e idiomas.	X	X	X	X

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas.	– Equipos audiovisuales. – PCs instalados en red, cañón de proyección e internet. – Software específico de la especialidad. – Pizarras para escribir con rotulador. – Rotafolios. – Material de aula. – Mesa y silla para formador. – Mesas y sillas para alumnos. – Proyector. – Programas informáticos para el aprendizaje del inglés y de otro idioma. – Reproductores y grabadores de sonido. – Diccionarios Bilingües.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

cve: BOE-A-2011-19501

ANEXO III

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Código: COMM0110

Familia profesional: Comercio y Marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Nivel de cualificación profesional: 3

Cualificación profesional de referencia:

COM316_3 Marketing y compraventa (RD 109/2008 de 1 de febrero).

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

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-mix internacional.
UC1009_3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.
UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.
UC1011_3: Comunicarse en una lengua distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

Competencia general:

Obtener y tratar información para el sistema de información de mercados elaborando la información de base para la aplicación de las políticas de marketing-mix internacional, y asistir en los procesos de negociación vinculados al contrato de compraventa internacional utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera.

Entorno profesional:

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad profesional, por cuenta ajena y propia, en el departamento de exportación e importación de cualquier empresa, en empresas intermediarias del comercio internacional tales como agencias transitarias, agencias comerciales, agencias de aduanas, empresas de asesoramiento comercial, importadores, exportadores, distribuidores-comercializadores, asociaciones, instituciones, y otros organismos gubernamentales y no gubernamentales que realicen transacciones internacionales.

Sectores productivos:

En todos los sectores productivos en los que se desarrollen actividades de compraventa internacional, teniendo por tanto un carácter marcadamente transectorial.

cve: BOE-A-2011-19501

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

3522.1023 Técnicos/as en comercio exterior.
Agente comercial internacional.
Técnico/a de marketing internacional.
Técnico/a de venta internacional.
Asistente al departamento de operaciones comerciales internacionales.

Duración de la formación asociada: 750 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF1007_3: Sistemas de información de mercados (180 horas).
- UF1779: Entorno e información de mercados (60 horas).
- UF1780: Investigación y recogida de información de mercados (60 horas).
- UF1781: Tratamiento y análisis de la información de mercados (60 horas).

MF1008_3: Marketing-mix internacional (130 horas).
- UF1782: Políticas de marketing internacional (90 horas).
- UF1783: Plan e informes de marketing internacional (40 horas).

MF1009_3: Negociación y compraventa internacional (160 horas).
- UF1757: (Transversal) Información y gestión operativa de la compraventa internacional (80 horas).
- UF1784: Negociación y contratación internacional (80 horas).

MF1010_3: (Transversal) Inglés profesional para comercio internacional (120 horas).
- UF1764: Inglés oral y escrito en el comercio internacional (90 horas).
- UF1765: Documentación en inglés para el comercio internacional (30 horas).

MF1011_3: Lengua extranjera profesional, distinta del inglés, para comercio internacional (120 horas).
- UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional (90 horas).
- UF1786: Documentación en lengua extranjera, distinta del inglés, para el comercio internacional (30 horas).

MP0378: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Marketing y compraventa internacional (40 horas)

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Denominación: OBTENER Y ELABORAR INFORMACIÓN PARA EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS.

Nivel: 3

Código: UC1007_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Delimitar los niveles y fuentes de información que son necesarios para el sistema de información de mercados (SIM) de la organización y su toma de decisiones.

CR1.1 Las variables económicas, sociológicas y comerciales que afectan a la organización, sus sistemas de información comercial y SIM se identifican teniendo en cuenta los objetivos comerciales a nivel nacional e internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.2 Las fuentes de información, internas y externas, primarias y secundarias, que proporcionen datos representativos para la actividad comercial de la organización se identifican teniendo en cuenta las necesidades de información, rentabilidad y fiabilidad de las mismas.
CR1.3 Las fuentes y técnicas de recogida de información de los mercados se seleccionan de modo que proporcionen las mayores ventajas y los datos más fiables y representativos para la organización.
CR1.4 Las variables y parámetros, cuantitativos y cualitativos, de la información necesaria no disponible se definen de cara a la aplicación de técnicas de recogida de información primaria.
CR1.5 En caso de ser necesario aplicar técnicas de recogida de información, se definen el medio y soporte papel o aplicaciones informáticas, según el caso, personal, teléfono o vía web así como los parámetros necesarios, población objeto de estudio, tipo y tamaño de la muestra, variables a investigar, preguntas-clave del cuestionario u otros.
CR1.6 El tiempo y coste económico necesario para la obtención de los datos e información no disponible se calcula a partir de las tarifas y plazos aplicables a las distintas fuentes y técnicas de recogida de información.

RP2: Obtener y organizar la información fiable de los mercados, teniendo en cuenta los objetivos y operaciones comerciales de la empresa y sus costes, para la eficiencia del SIM de la organización.
CR2.1 La información necesaria se extrae de las fuentes seleccionadas valorando su idoneidad y respuesta a las necesidades del SIM u operaciones comerciales de la organización.
CR2.2 La información disponible en Internet y bases de datos internas y externas se obtiene adaptándola a las necesidades de la organización u objeto de la investigación, utilizando en su caso con agilidad motores de búsqueda «online».
CR2.3 La información obtenida se organiza aplicando criterios establecidos y utilizando las aplicaciones informáticas de organización de la información habitual.
CR2.4 La información procedente de encuestas, respuesta de reclamaciones u otras se organiza tabulando y procesándola de acuerdo con los criterios establecidos y necesidades del SIM.
CR2.5 Los procedimientos de control en la obtención de información fiable para el SIM se establecen de forma que aseguren la exactitud de los datos recogidos y permitan detectar con rapidez anomalías y errores.
CR2.6 El presupuesto para la obtención de información se mantiene dentro de los límites establecidos asegurando la eficiencia del SIM.
CR2.7 El correcto funcionamiento de los canales de información que integran y alimentan el SIM se verifica, detectando con prontitud y eficacia cualquier tipo de anomalía y proponiendo, en su caso, medidas correctoras.
CR2.8 La información del SIM se mantiene actualizada en todo momento de acuerdo con los procedimientos organizativos e informáticos establecidos.

RP3: Extraer conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico, de la información y datos obtenidos o disponibles en el SIM.
CR3.1 La información obtenida de los mercados nacionales e internacionales se selecciona y organiza, a través de programas informáticos y aplicando técnicas de archivo que faciliten el acceso y actualización de la misma.
CR3.2 Los datos obtenidos de las fuentes primarias y secundarias se tabulan, utilizando aplicaciones informáticas y organizando la información de manera que facilite su interpretación y actualización.

cve: BOE-A-2011-19501

CR3.3 Las técnicas estadísticas básicas tales como regresión y correlación simple, tendencias, números índices, probabilidad u otras de similar nivel de complejidad, se aplican correctamente a la información recogida, obteniendo valores representativos de los mercados, clientes y competidores.

CR3.4 Los valores obtenidos de la aplicación de las técnicas estadísticas se comparan con parámetros de referencia y se interpretan, obteniendo conclusiones operativas para la toma de decisiones.

RP4: Elaborar informes comerciales, en tiempo y forma, recogiendo las conclusiones y análisis de la información para facilitar la toma de decisiones por la organización.

CR4.1 Las conclusiones extraídas de la información obtenida y tratada en el SIM de la organización se presenta, de acuerdo con las especificaciones de la organización, utilizando los recursos gráficos y formas de presentación de datos que permitan la interpretación de los datos con mayor agilidad.

CR4.2 Las conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias derivadas del análisis de la información se integran en el informe comercial de forma coherente y acorde a la necesidades de información y toma de decisiones de la organización.

CR4.3 El informe comercial se redacta con claridad de manera estructurada y homogénea facilitando la toma de decisiones por parte de los superiores y responsables de la organización.

CR4.4 La presentación de los resultados del informe comercial se elabora utilizando con agilidad las aplicaciones informáticas de presentación y elaboración de informes.

CR4.5 El informe y la presentación de los resultados del informe comercial se transmiten en tiempo y forma establecido, a las personas designadas por la organización.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas informáticos en entornos de usuario: programas informáticos de tratamiento estadístico de la información, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet, firma electrónica de documentos, Sistema EDI.

Productos y resultados

Actualización del SIM y bases de datos comerciales. Obtención de información sistematizada de mercados nacionales e internacionales. Informes comerciales sobre mercados nacionales e internacionales. Presentación de resultados y conclusiones de informes comerciales.

Información utilizada o generada

Fuentes de información de mercado. Motores de búsqueda «online». Información comercial de mercados donde se va a comercializar o adquirir la mercancía. Informes comerciales de diferentes sectores y países. Informes comerciales de clientes y proveedores. Información económica de mercados.

cve: BOE-A-2011-19501

Unidad de competencia 2

Denominación: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional.

Nivel: 3

Código: UC1008_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Obtener conclusiones para la toma de decisiones en la política de producto, analizando la información referida al producto o servicio, comprobando su adecuación a los mercados internacionales.

CR1.1 El estudio de las diferencias de los atributos del producto o servicio a comercializar en mercados internacionales - características técnicas, usos, fiabilidad, presentación, marca, envase u otros- se realiza respecto de los de la competencia.

CR1.2 Las características del segmento de consumidores al que debe dirigirse el producto o servicio se compara con el segmento que ocupa la competencia en el nuevo mercado, detectando similitudes y discrepancias y deduciendo las posibilidades de penetración en el segmento de la competencia.

CR1.3 La tipología de clientes internacionales y/o internauta para la comercialización online de productos y/o servicios se identifica en relación a las características de los productos a introducir en los mercados.

CR1.4 Las adaptaciones necesarias a los gustos y preferencias del consumidor/usuario de los atributos del producto/servicio se identifican para la toma de decisiones de la política de producto internacional.

CR1.5 Los segmentos potenciales más atractivos para la organización se definen, aplicando correctamente criterios prediseñados en relación al volumen, precios, frecuencia de compra, y otros.

CR1.6 La tendencia de los costes de fabricación y comercialización internacional del producto/ servicio se analiza, aplicando los criterios y técnicas de inferencia estadística idóneas y los medios informáticos adecuados.

CR1.7 La rentabilidad de la línea y gama del producto o servicio a comercializar se calcula con relación al volumen de ventas previsto.

CR1.8 La información, análisis y obtención de conclusiones de la comercialización internacional del producto/ servicio se organiza para la toma de decisiones e incorporación, en su caso, al plan de marketing internacional de la organización.

RP 2: Obtener y valorar la información para la toma de decisiones en la política de precios en mercados internacionales, analizando las variables que componen e influyen en la comercialización internacional de los productos/servicios de la empresa u organización.

CR 2.1 La normativa legal vigente tanto nacional como internacional en lo relativo a precios se identifica, en su caso, para su correcta aplicación.

CR 2.2 Los parámetros que componen el precio de venta del producto en la comercialización internacional del producto se identifican, calculando los porcentajes de participación en el precio de venta, valorando su incidencia en el precio final e implicaciones del «incoterm» utilizado.

CR2.3 En el precio final de venta del producto se valoran todos los costes de fabricación, márgenes y comercialización internacional y «on-line».

CR2.4 El efecto de las variaciones en los costes del producto se analiza, calculando la elasticidad de la oferta del producto/servicio o productos en el mercado objeto de estudio.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.5 Los precios de venta final de la organización se contrastan con los de la competencia, identificando las causas de las variaciones.
CR2.6 El punto muerto del producto o servicio se calcula, a partir de los precios establecidos y del número de unidades vendidas.
CR2.7 El margen bruto del producto se calcula, proponiéndose, las posibles mejoras en los márgenes a partir del análisis de los componentes del coste total del producto, punto muerto y tendencia del mercado.
CR2.8 La aplicación de la política de precios se valora estudiando los efectos que produce en el beneficio obtenido por la venta del producto.
CR2.9 La información, análisis y obtención de conclusiones respecto al precio del producto o servicio se estructura de forma clara y ordenada para su incorporación al plan de marketing internacional de la empresa.

RP3: Organizar y supervisar acciones de comunicación/promoción de productos/servicios en ferias y eventos internacionales, optimizando los recursos asignados, para adecuar sus resultados a los objetivos establecidos.

CR3.1 Los objetivos de las acciones de comunicación/promoción internacional se identifican, adecuándolos al plan de marketing internacional de la organización.
CR3.2 Las características específicas de las acciones de comunicación comercial en la apertura y lanzamiento de productos/servicios en mercados internacionales, se analizan para la toma de decisiones y su incorporación al plan de marketing internacional.
CR3.3 La normativa legal en el país destino u origen de las operaciones de comercio internacional se identifican, analizando los usos y mecanismos de funcionamiento establecidos y las regulaciones imperativas definidas.
CR3.4 La acción de comunicación y asistencia a eventos internacionales está perfectamente estructurada y programada y las actuaciones se ajustan en tiempo, forma y presupuesto a los planes establecidos.
CR3.5 La correcta aparición de los elementos de la comunicación en los distintos medios/soportes se controla, con la frecuencia y tiempo contratados, respetando la normativa legal internacional vigente.
CR3.6 Las acciones de comunicación, independientemente de la herramienta utilizada: publicidad, promoción, merchandising, eventos, relaciones públicas, marketing directo, u otras, se gestionan y controlan para adecuar sus resultados a los objetivos establecidos.
CR3.7 Las gestiones que requieren la promoción y publicidad virtual se realizan de acuerdo al presupuesto establecido.
CR3.8 Las acciones de comunicación se evalúan utilizando diferentes técnicas de investigación: recuerdo, notoriedad, asociación o disociación de ideas, entre otras.
CR3.9 Las desviaciones surgidas en la acción de promoción se detectan en el momento adecuado, comparando los logros con los objetivos perseguidos por la acción de comunicación, para adoptar medidas eficaces de corrección y, de acuerdo con la responsabilidad asignada.
CR3.10 La información sobre los resultados que ha supuesto la ejecución de la acción de promoción se obtiene, a través de ratios y criterios diseñados por la organización: coste/ número unidades vendidas, imagen, prestigio, asociaciones, y otros, incorporándose al plan de marketing/plan comercial de la organización.

RP4: Obtener información sobre la estructura de los diferentes canales de distribución comercial y formas de entrada en los mercados internacionales, de acuerdo con los objetivos de la organización, para optimizar el tiempo, los costes y los riesgos de la implantación en los mercados.

CR4.1 Las distintas formas de entrada y canales de distribución en los países destino u origen de los productos/servicios se determinan, para proceder al análisis y toma de decisiones correspondientes en la política de distribución internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CR4.2 La estructura de los canales de distribución utilizados en el país objeto de entrada por la organización se analiza para la toma de decisiones y su incorporación, si procede, al plan de marketing de la organización.
CR4.3 La estrategia de distribución del producto/servicio «on line» se valora en relación a los objetivos comerciales establecidos.
CR4.4 El coste que supone la actividad de comercialización en los distintos canales se calcula, teniendo en cuenta la consecución del pedido, la distribución física y cualquier otro elemento que pueda influir en la misma.
CR4.5 Las diferentes estructuras de distribución que suponen la optimización de tiempo y costes se proponen, a través del análisis de las diferentes características u opciones que presentan cada una de ellas: etapas del canal, intermediarios, intensidad de distribución, logística y transporte entre otros.
CR4.6 Las conclusiones y propuestas asociadas a los canales de distribución se presentan en tiempo y forma, a través de un informe que estructure los datos de forma clara y concisa, para su incorporación al plan comercial/plan de marketing de la organización.

RP5: Elaborar información de base o «briefing» de productos y/o servicios contemplando las variables del marketing-mix definidas por la organización, para el desarrollo de planes de marketing internacional.
CR5.1 A partir de la información disponible del SIM en los distintos mercados, y la experiencia de la propia organización, se extraen conclusiones para la definición de estrategias correspondientes al plan de marketing del producto/servicio .
CR5.2 La síntesis de un plan de acción específico se elabora atendiendo a las distintas variables del marketing-mix, en función de su implantación y competitividad en un mercado definido.
CR5.3 En el documento de base o «briefing» se incluye, cuando proceda, el estudio de las variables que requiere la implantación de un plan de marketing «on line».
CR5.4 La información del «briefing» se presenta de manera estructurada, completa y homogénea, de acuerdo con las especificaciones de la organización.
CR5.5 La presentación del contenido del «briefing» se elabora con las herramientas informáticas, realizando las gestiones oportunas, adecuándolo a cada uno de los destinatarios del mismo.
CR5.6 El «briefing» y la presentación del mismo se transmite en tiempo y forma establecido, a las personas designadas por la organización, en los soportes e idiomas requeridos, realizando las gestiones oportunas.

Contexto profesional

Medios de producción
Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas en entornos de usuario: programas informáticos de tratamiento de la información, SIM, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet, firma electrónica de documentos, Sistema EDI.

Productos y resultados
Información de base para la comercialización de productos y servicios. Informes sobre precios de venta en comercio internacional. Informes sobre acciones de promoción y comunicación internacional. Informes sobre canales y fórmulas de distribución

cve: BOE-A-2011-19501

internacional. Bases de datos sobre productos, mercados, empresas. «Briefing» de productos y servicios. Organización y control de las acciones internacionales de promoción y comunicación.

Información utilizada o generada
Informes comerciales de diferentes países. Informes comerciales de clientes y proveedores potenciales en distintos países o mercados internacionales. Informes sobre productos y marcas. Informes sobre desviaciones en las políticas de marketing analizadas. Informes sobre precios internacionales. Encuestas comerciales. Bases de datos internacionales sobre productos, sectores y empresas en el exterior. Información sobre mercados internacionales. Normativa de precios internacionales. Normas de la Cámara de Comercio internacional: Incoterms. Listado de Ferias, eventos y acciones de promoción de ventas internacional. Información sobre los resultados de las acciones de promoción/comunicación. Plan de marketing de la empresa e información sobre acciones publicitarias y estrategia de la empresa en el exterior.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Denominación: ASISTIR EN LOS PROCESOS DE NEGOCIACIÓN Y EJECUCIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS/ SERVICIOS.

Nivel: 3

Código: UC1009_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Identificar clientes y/o proveedores potenciales, de acuerdo con los criterios establecidos, para la consecución de los objetivos comerciales de la organización.

CR1.1 La información de clientes y proveedores se obtiene a través del acceso a las bases de datos y publicaciones, de la realización de los viajes de prospección, asistencia a ferias, congresos, y otros.

CR1.2 La información necesaria sobre los instrumentos promocionales de apoyo a la exportación impulsados por las Administraciones se obtiene en función de facilitar la identificación de clientes o proveedores potenciales.

CR1.3 Los factores de riesgo internos –cliente y/o proveedor– y externos –coyuntura y/o mercado– se determinan, teniendo en cuenta que afectan a la rentabilidad y seguridad en la actuación comercial.

CR1.4 Las licitaciones y/o concursos internacionales se identifican de acuerdo con los intereses y capacidades de la propia organización acudiendo a fuentes de información internacional y Cámaras de Comercio entre otras.

CR1.5 Los proveedores internacionales de productos se identifican, de acuerdo con los criterios establecidos, obteniendo información de sus condiciones: precio, garantías, facilidades de pago, calidad del servicio, entrega de la mercancía, y otros, y comprobando que se ajustan a las necesidades comerciales de la empresa.

CR1.6 Los agentes, intermediarios y/o clientes corporativos potenciales se seleccionan, de acuerdo con los criterios establecidos, dentro de los márgenes aceptables y suponen adecuadas oportunidades de negocio.

CR1.7 La base de datos y el fichero maestro de clientes/proveedores internacional se elabora, detallando la información más relevante para la empresa: nombre, dirección, pedidos, condiciones de pago, cobro y otras, y utilizando los criterios de archivo idóneos, sistema de CRM, ERP o en el sistema de información: zonas, productos, clientes, vendedores, y otros.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.8 La actualización de la base de datos y el fichero maestro de clientes/proveedores se realiza periódicamente, estableciendo para ello un procedimiento basado en criterios de confidencialidad, accesibilidad, fiabilidad y seguridad, entre otros de acuerdo con la normativa vigente y procedimientos establecidos.

RP2: Contactar con clientes y/o proveedores, de acuerdo con los procedimientos establecidos, teniendo en cuenta las características propias del país/cultura de que se trate, para el desarrollo de la actividad comercial.

CR2.1 Los medios y sistemas de comunicación para establecer los contactos iniciales con los clientes y/o proveedores –telefónico, correo convencional o electrónico, presencial y otros– se seleccionan en función de las características del cliente y/o proveedor y de las diferentes situaciones que se pueden presentar.

CR2.2 Las características descriptivas de cada uno de los clientes o proveedores se identifican de manera que se facilite el contacto y el desarrollo de las sucesivas conversaciones.

CR2.3 La comunicación verbal y no verbal en el trato/contacto con el cliente o proveedor se realiza de forma correcta y fluida, de manera que se promuevan la confianza, fidelización y relaciones futuras.

CR2.4 Las entrevistas con el cliente o proveedor internacional potencial se preparan, coordinando aspectos formales, teniendo en cuenta la idiosincrasia cultural del cliente y de acuerdo con las especificaciones recibidas.

CR2.5 Las relaciones comerciales con clientes y proveedores internacionales se adecuan al protocolo empresarial, normas y costumbres del país.

RP3: Participar en determinados aspectos de la negociación de la operación de compraventa internacional dentro de los límites y criterios establecidos, para acordar el marco de condiciones de la relación comercial.

CR3.1 Las características socio-económicas, culturales y políticas del cliente/país con el que se van a establecer los contactos comerciales se identifican, de forma que facilite el proceso de negociación.

CR3.2 Las fases y reuniones del proceso de negociación se programan de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, estructurando los aspectos fundamentales que hay que negociar y analizando posibles objeciones que pueden surgir con el cliente o proveedor, a partir de las especificaciones recibidas.

CR3.3 Las ofertas para los clientes se confeccionan de acuerdo a las especificaciones recibidas, exponiendo clara y exactamente las condiciones de la venta y caracterizando correctamente el producto que se va a comercializar.

CR3.4 Las ofertas presentadas por los proveedores se analizan identificando los aspectos sobre los que se puede negociar y teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.

CR3.5 En el proceso de negociación se adopta una postura flexible, segura y siempre con predisposición positiva a los acuerdos, en línea con los objetivos generales de la organización.

CR3.6 En el proceso de concreción de las condiciones de compraventa internacional se aplican las técnicas de negociación que se adaptan a la idiosincrasia del país, objetivos comerciales establecidos.

CR3.7 Las condiciones de la operación de compraventa internacional –precios, incoterm, condiciones de entrega de las mercancías, plazos, y otras– se acuerdan, proponiendo la más adecuada y ventajosa a las características de la operación, adecuándolo a los objetivos comerciales de la organización.

CR3.8 Las dudas, confusiones y objeciones que han surgido con el cliente o proveedor en el desarrollo de las negociaciones se resuelven satisfactoriamente, promoviendo las relaciones futuras.

cve: BOE-A-2011-19501

RP4: Gestionar el precontrato y/o contrato de compraventa internacional para el cierre de la negociación, cumpliendo con la normativa de contratación internacional, de acuerdo con los procedimientos, usos y costumbres establecidos.

CR4.1 La normativa de contratación internacional asociada a la operación específica negociada, se identifica y aplica en el clausulado del precontrato y/o contrato de compraventa internacional de acuerdo a la normativa, incoterms, usos y costumbres internacionales y del sector.

CR4.2 La información necesaria para desarrollar los términos especificados en el precontrato y/o contrato se transmite a los distintos departamentos, siguiendo el procedimiento de comunicación interna establecido por la organización.

CR4.3 En el precontrato y/o contrato –acuerdos precontractuales o carta de intenciones, oferta en licitaciones o concursos internacionales, y otros–, se detallan claramente los aspectos y condiciones esenciales de ejecución de la compraventa –mercancía, servicios, acuerdos, condiciones de pago, transporte, seguro, entrega, riesgos, transferencia de la propiedad, ley aplicable, solución de litigios, y otras–, verificando que lo descrito en el documento cumple la normativa de contratación internacional y que se expresan todos los datos necesarios para ejecutar la operación.

CR4.4 La revisión de la forma y condiciones recogidas en el precontrato se efectúa siguiendo las indicaciones de los responsables de los departamentos y/o responsable/s de su validación.

CR4.5 El precontrato se transmite al/los responsable/s de su validación y formalización definitiva, en el tiempo y forma establecidos.

RP5: Controlar el desarrollo y evolución de las ventas del producto/ servicio en mercados internacionales, comprobando que se cumplen las condiciones pactadas con los clientes o distribuidores para alcanzar los objetivos previstos.

CR5.1 El proceso de control del desarrollo de la actuación de la fuerza de ventas/distribuidores/agentes comerciales en los países de destino se aplica, utilizando sistemas de comunicación e información que permitan detectar rápidamente cualquier incidencia.

CR5.2 Los problemas, oportunidades, puntos fuertes y débiles de la evolución del mercado y de la actuación comercial se detectan a partir del análisis de los informes presentados periódicamente por los agentes comerciales/distribuidores, junto a otras fuentes de información: clientes, proveedores, prescriptores, los departamentos de la organización y otros.

CR5.3 La información sobre la evolución y rentabilidad de las ventas se obtiene periódicamente a través del cálculo de ratios específicos -objetivos/ realización, n.º pedidos/n.º visitas, ventas por producto/zona/cliente, gastos/ ventas-, adoptándose en su caso medidas correctoras, mediante la utilización de programas informáticos.

CR5.4 La actividad de los intermediarios y agentes comerciales en el país de destino se valora periódicamente respecto a los objetivos previstos, a través de los procedimientos establecidos, comparando las realizaciones y previsiones y proponiendo acciones correctoras cuando las desviaciones no están dentro del margen aceptable.

CR5.5 El correcto cumplimiento de los términos del contrato de distribución y/o compraventa internacional se verifica, comprobando que concuerda con los términos acordados en la negociación o fijados en la licitación o concurso internacional.

CR5.6 Las causas de incidencias en las operaciones internacionales como devolución de pedidos, reclamaciones, quejas, y otras, se identifican y se definen líneas de actuación adecuadas.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.7 Las incidencias detectadas en el proceso de comercialización/venta internacional se resuelven, teniendo en cuenta la política establecida por la empresa y buscando siempre la satisfacción del cliente final.

CR5.8 En el servicio post-venta se atiende a los clientes, suministrando un trato agradable y de acuerdo con los procedimientos y protocolo establecidos.

RP6: Supervisar el cumplimiento de las condiciones pactadas con los proveedores, para verificar que los suministros se ajusten a los pedidos realizados.

CR6.1 Los controles necesarios en el proceso de seguimiento de proveedores se organizan y se aplican, en tiempo y forma, a la recepción de los pedidos, detectando rápidamente cualquier anomalía.

CR6.2 El correcto cumplimiento de los términos del contrato de compra/suministro se verifica a partir de la información obtenida en los distintos departamentos de la organización.

CR6.3 Las posibles incidencias en la recepción del pedido se detectan y valoran, adoptando medidas que solucionen la situación favorablemente.

CR6.4 Las incidencias detectadas se comunican al proveedor del producto/servicio, negociando nuevas condiciones del pedido que satisfagan a ambas partes.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas -entornos de usuario-: programas informáticos de gestión de ventas y control de almacén, SIM, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet (SSL), firma electrónica de documentos, Sistema EDI. Vídeo-conferencia.

Productos y resultados

Bases de datos y ficheros de clientes y proveedores internacionales. Relaciones con clientes y proveedores internacionales. Asistir en la negociación de acuerdos con Informes sobre mercados, competencia, clientes y proveedores internacionales. Información elaborada sobre clientes y proveedores internacionales. Información elaborada sobre el coste y la rentabilidad del canal de distribución. Precontratos y contratos de compraventa internacional. Ofertas en licitaciones/concursos internacionales. Atención de reclamaciones de clientes y/o proveedores.

Información utilizada o generada

Información política, cultural, religiosa y socio-económica del país donde se va a comercializar o adquirir el producto y/o servicio. Informes comerciales de diferentes países. Informes comerciales de clientes y proveedores potenciales. Información sobre mercados internacionales. Ficheros maestros sobre proveedores/clientes. Normas de contratación internacional. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías. Incoterms. Normas sobre medios de cobro y pago internacionales. Información sobre gestiones administrativas de las operaciones en los mercados internacionales. Contratos internacionales de compraventa, intermediación, franquicias, agentes, u otros. Bases de licitaciones/concursos internacionales. Reclamaciones de clientes y/o proveedores. Información del estado de los pedidos y las entregas provenientes del almacén.

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

Denominación: COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO COMPETENTE, EN LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nivel: 3

Código: UC1010_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información en inglés proveniente del discurso oral, incluso no estructurado, con facilidad y rapidez, para agilizar las gestiones y relaciones con clientes/proveedores de distintos países, de forma presencial o a distancia, a pesar de la existencia de ruidos o interferencias.

CR1.1 Las líneas generales de los discursos, reuniones, conversaciones y entrevistas entre terceros, celebradas con clientes o proveedores extranjeros en operaciones de comercio internacional se interpretan con facilidad extrayendo la información relevante para la operación/organización/actividad aunque los discursos no estén estructurados.

CR1.2 La información contextual e información no verbal de conversaciones complejas entre terceros en una discusión de grupo o debate se interpreta de manera precisa, identificando el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR1.3 Los datos y detalles relevantes resultado de entrevistas, reuniones, discursos, exposiciones o conversaciones con clientes/proveedores de otros países se obtienen de manera completa y con precisión para la ejecución efectiva de la operación de comercio internacional.

CR1.4 Las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones o productos se interpretan con facilidad a pesar de su complejidad.

CR1.5 Los materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados se interpretan de forma correcta y precisa haciendo un uso esporádico del diccionario.

CR1.6 Ante reclamaciones sobre productos/servicios u operaciones con clientes/proveedores de otros países se recaba la información necesaria para su resolución.

RP2: Interpretar los datos e información escrita compleja, en inglés, de documentos propios del comercio internacional extrayendo la información relevante para la gestión y toma de decisiones requeridas en las operaciones y gestiones con clientes/proveedores internacionales.

CR2.1 Los datos e información contenida en informes, cartas, documentos profesionales, protocolos de procesos comerciales, acuerdos/contratos de comercio internacional, páginas *web* u otros medios, se interpretan de forma precisa extrayendo aquella información relevante para las operaciones de comercio internacional.

CR2.2 La terminología y jerga propia de las operaciones de comercio internacional se interpretan sin dificultad de la documentación profesional habitual haciendo en caso necesario uso de diccionarios o herramientas de traducción.

CR2.3 El significado de términos desconocidos, en caso no poder deducirse del contexto, se traduce con éxito en fuentes de consulta externa (sitios *web*, textos paralelos, revistas especializadas, glosarios online, foros u otros) asimilando la explicación del término.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.4 La información implícita de informes, estudios de mercado internacional y/o documentos de análisis, se interpreta con facilidad aplicando criterios de contextualización y coherencia adecuados al documento o contexto profesional en que se enmarca.

CR2.5 La capacidad de interpretación de textos profesionales técnicos se autoevalúa de acuerdo al nivel de complejidad y rigor necesario transmitiendo, en su caso, a los superiores la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, dentro o fuera de la organización, siguiendo los procedimientos internos establecidos.

CR2.6 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas online se interpretan con precisión agilizando la comunicación en foros, chats, sms u otros.

RP3: Transmitir oralmente, con corrección fonética, detalle, fluidez y espontaneidad, información en inglés, sobre temas técnicos complejos relativos a la operativa del comercio internacional a través de presentaciones orales y a distancia a fin de ejecutar la operación comercial y resolver las incidencias habituales en comercio internacional.

CR3.1 El mensaje oral se realiza de forma fluida y espontánea relacionando lógicamente los aspectos claves de la operativa de comercio internacional y adaptando la estructura del mensaje al medio de comunicación y registro, formal e informal, y nivel de conocimiento del idioma del cliente/proveedor simplificando cuando sea necesario el discurso con amplitud de vocabulario y recursos lingüísticos.

CR3.2 El mensaje se transmite con una entonación adecuada y utilizando el nivel de exposición, argumentación y persuasión adecuada al contexto socioprofesional exigida en las situaciones habituales de las operaciones de comercio internacional.

CR3.3 El contenido del mensaje se adapta a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional aplicando las expresiones y normas de cortesía adecuadas a los contextos de comunicación formal e informal.

RP4: Redactar y cumplimentar en inglés con precisión, coherencia, corrección gramatical y ortográfica, informes, correspondencia y documentos necesarios para el desarrollo efectivo de las operaciones de comercio internacional.

CR4.1 La documentación propia del comercio internacional: hojas de pedidos, facturas, certificados, acuerdos/contratos de compraventa internacional u otros se redacta o cumplimentan con rigor y coherencia discursiva, conforme a las ordenes recibidas, terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento y usos habituales del comercio internacional.

CR4.2 La correspondencia con los clientes/proveedores necesaria para la ejecución de las operaciones: faxes, cartas, comunicados, actas de reuniones de trabajo con clientes/proveedores internacionales u otra se redacta conforme a la estructura y normas habituales en las operaciones de compraventa comercio internacional.

CR4.3 Los informes y documentación comercial se elaboran ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica.

CR4.4 La documentación aduanera propia del comercio internacional, formulada en inglés, se cumplimenta correctamente con los términos y condiciones necesarios para la ejecución efectiva de la operación comercial.

CR4.5 Las transcripciones inversas de documentos relacionados con las actividades de comercio internacional: informes comerciales, instrucciones técnicas de productos, ordenes de trabajo u otros, se realizan ajustándose a criterios de exactitud y coherencia evitando calcos semánticos y sintácticos de los textos y utilizando las expresiones y jerga habitual en comercio internacional y utilizando esporádicamente el diccionario o herramientas de traducción.

cve: BOE-A-2011-19501

CR4.6 La información procedente de las herramientas de traducción, manuales o informáticas, se utiliza adecuadamente aplicando criterios de contextualización y coherencia al documento o finalidad de la información escrita.

CR4.7 La documentación comercial elaborada se adecua al registro formal y/o informal de la operación comercial y a los usos y jerga propios del comercio internacional y normas socioculturales del receptor del documento escrito.

CR4.8 El lenguaje abreviado y terminología específica del comercio internacional se emplea con precisión agilizando la comunicación en faxes, foros online, chats, sms u otros.

RP5: Comunicarse oralmente en inglés, con fluidez, profundidad y espontaneidad, con clientes/proveedores de diferentes países, en situaciones de comunicación presencial y a distancia, con uno o varios interlocutores de manera que se potencien las relaciones y el desarrollo efectivo de las distintas operaciones de comercio internacional.

CR5.1 Las intervenciones orales en conversaciones y/o reuniones, con uno o varios interlocutores, se realizan de forma eficaz y fluida, relacionando lógicamente los puntos principales y favoreciendo la interacción con el cliente y/o proveedor respondiendo con prontitud a las cuestiones planteadas por el mismo.

CR5.2 En los distintos contextos profesionales propios del comercio internacional: reuniones, visitas, exposiciones de productos/servicios y negociaciones, se participa de forma activa solicitando o respondiendo con fluidez y precisión a las cuestiones que se le plantean.

CR5.3 Las conversaciones informales de diversa índole se desarrollan con fluidez, claridad y coherencia discursiva adaptándolas al registro y tono de la conversación.

CR5.4 En contextos profesionales de conflicto o negociación con clientes/proveedores extranjeros, se interactúa oralmente con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión que se está dispuesto a hacer.

CR5.5 En caso de quejas de los clientes e incidencias propias del comercio internacional se interponen argumentos con facilidad y espontaneidad sin necesidad de apoyo externo respondiendo con coherencia el mensaje.

CR5.6 Las entrevistas/consultas con clientes/proveedores de distintos países, en calidad tanto de entrevistado como de entrevistador, se realizan con fluidez, sin apoyo externo y manejando las interposiciones de los interlocutores sin problemas.

CR5.7 Las comunicaciones orales, presenciales o a distancia, se adecuan a las condiciones socioculturales del uso de la lengua e interlocutor/es, aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR5.8 En las comunicaciones orales presenciales, el lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales de los interlocutor/es, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes al/a los interlocutor/es.

Contexto profesional

Medios de producción

Redes locales, intranet e Internet. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Telefonía –fija y móvil–. Agendas manuales y electrónicas. Fuentes de referencia en inglés relativas al comercio internacional. Protocolo y fórmulas de cortesía en países extranjeros. Equipos audiovisuales. Fotocopiadoras, fax. Material y mobiliario de oficina.

cve: BOE-A-2011-19501

Productos y resultados
Documentación en inglés propia del comercio internacional. Presentaciones orales en inglés con fluidez, naturalidad y eficacia. Traducciones orales y escritas, fluidas y exactas en inglés. Comunicaciones en inglés con clientes/proveedores internacionales. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes/proveedores. Listados de fuentes de información online en inglés.

Información utilizada o generada
Documentación en inglés de operaciones de comercio internacional. Directrices, protocolos de procesos comerciales internacionales. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales, catálogos, periódicos y revistas especializadas. Información publicada en Internet. Manuales de cultura y civilización del destinatario objeto de la comunicación.

UNIDAD DE COMPETENCIA 5

Denominación: COMUNICARSE EN UNA LENGUA DISTINTA DEL INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO COMPETENTE, EN LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nivel: 3

Código: UC1011_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información en una lengua distinta del inglés proveniente del discurso oral, incluso no estructurado, con facilidad y rapidez, para agilizar las gestiones y relaciones con clientes/proveedores de distintos países, de forma presencial o a distancia, a pesar de la existencia de ruidos o interferencias.

CR1.1 Las líneas generales de los discursos, reuniones, conversaciones y entrevistas entre terceros, celebradas con clientes o proveedores extranjeros en operaciones de comercio internacional se interpretan con facilidad extrayendo la información relevante para la operación/organización/actividad aunque los discursos no estén estructurados.

CR1.2 La información contextual e información no verbal de conversaciones complejas entre terceros en una discusión de grupo o debate se interpreta de manera precisa, identificando el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR1.3 Los datos y detalles relevantes resultado de entrevistas, reuniones, discursos, exposiciones o conversaciones con clientes/proveedores de otros países se obtienen de manera completa y con precisión para la ejecución efectiva de la operación de comercio internacional.

CR1.4 Las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones o productos se interpretan con facilidad a pesar de su complejidad.

CR1.5 Los materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados se interpretan de forma correcta y precisa haciendo un uso esporádico del diccionario.

CR1.6 Ante reclamaciones sobre productos/servicios u operaciones con clientes/proveedores de otros países se recaba la información necesaria para su resolución.

cve: BOE-A-2011-19501

RP2: Interpretar los datos e información escrita compleja, en una lengua distinta del inglés, de documentos propios del comercio internacional extrayendo la información relevante para la gestión y toma de decisiones requeridas en las operaciones y gestiones con clientes/proveedores internacionales.

CR2.1 Los datos e información contenida en informes, cartas, documentos profesionales, protocolos de procesos comerciales, acuerdos/contratos de comercio internacional, páginas web u otros medios, se interpretan de forma precisa extrayendo aquella información relevante para las operaciones de comercio internacional.

CR2.2 La terminología y jerga propia de las operaciones de comercio internacional se interpretan sin dificultad de la documentación profesional habitual haciendo en caso necesario uso de diccionarios o herramientas de traducción.

CR2.3 El significado de términos desconocidos, en caso no poder deducirse del contexto, se traduce con éxito en fuentes de consulta externa (sitios web, textos paralelos, revistas especializadas, glosarios «online», foros u otros) asimilando la explicación del término.

CR2.4 La información implícita de informes, estudios de mercado internacional y/o documentos de análisis, se interpreta con facilidad aplicando criterios de contextualización y coherencia adecuados al documento o contexto profesional en que se enmarca.

CR2.5 La capacidad de interpretación de textos profesionales técnicos se autoevalúa de acuerdo al nivel de complejidad y rigor necesario transmitiendo, en su caso, a los superiores la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, dentro o fuera de la organización, siguiendo los procedimientos internos establecidos.

CR2.6 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas «online» se interpretan con precisión agilizando la comunicación en foros, chats, sms, u otros.

RP3: Transmitir oralmente, con corrección fonética, detalle, fluidez y espontaneidad, información en una lengua distinta del inglés, sobre temas técnicos complejos relativos a la operativa del comercio internacional a través de presentaciones orales y a distancia a fin de ejecutar la operación comercial y resolver las incidencias habituales en comercio internacional.

CR3.1 El mensaje oral se realiza de forma fluida y espontánea relacionando lógicamente los aspectos claves de la operativa de comercio internacional y adaptando la estructura del mensaje al medio de comunicación y registro, formal e informal, y nivel de conocimiento del idioma del cliente/proveedor simplificando cuando sea necesario el discurso con amplitud de vocabulario y recursos lingüísticos.

CR3.2 El mensaje se transmite con una entonación adecuada y utilizando el nivel de exposición, argumentación y persuasión adecuada al contexto socioprofesional exigida en las situaciones habituales de las operaciones de comercio internacional.

CR3.3 El contenido del mensaje se adapta a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional aplicando las expresiones y normas de cortesía adecuadas a los contextos de comunicación formal e informal.

RP4: Redactar y cumplimentar en una lengua distinta del inglés con precisión, coherencia, corrección gramatical y ortográfica, informes, correspondencia y documentos necesarios para el desarrollo efectivo de las operaciones de comercio internacional.

CR4.1 La documentación propia del comercio internacional: hojas de pedidos, facturas, certificados, acuerdos/contratos de compraventa internacional u otros

cve: BOE-A-2011-19501

se redacta o cumplimentan con rigor y coherencia discursiva, conforme a las ordenes recibidas, terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento y usos habituales del comercio internacional.

CR4.2 La correspondencia con los clientes/proveedores necesaria para la ejecución de las operaciones: faxes, cartas, comunicados, actas de reuniones de trabajo con clientes/proveedores internacionales u otra se redacta conforme a la estructura y normas habituales en las operaciones de compraventa comercio internacional.

CR4.3 Los informes y documentación comercial se elaboran ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica.

CR4.4 La documentación aduanera propia del comercio internacional, formulada en una lengua distinta del inglés, se cumplimenta correctamente con los términos y condiciones necesarios para la ejecución efectiva de la operación comercial.

CR4.5 Las transcripciones inversas de documentos relacionados con las actividades de comercio internacional: informes comerciales, instrucciones técnicas de productos, ordenes de trabajo u otros, se realizan ajustándose a criterios de exactitud y coherencia evitando calcos semánticos y sintácticos de los textos y utilizando las expresiones y jerga habitual en comercio internacional y utilizando esporádicamente el diccionario o herramientas de traducción.

CR4.6 La información procedente de las herramientas de traducción, manuales o informáticas, se utiliza adecuadamente aplicando criterios de contextualización y coherencia al documento o finalidad de la información escrita.

CR4.7 La documentación comercial elaborada se adecua al registro formal e/o informal de la operación comercial y a los usos y jerga propias del comercio internacional y normas socioculturales del receptor del documento escrito.

CR4.8 El lenguaje abreviado y terminología específica del comercio internacional se emplea con precisión agilizando la comunicación en faxes, foros online, chats, sms, u otros.

RP5: Comunicarse oralmente en una lengua distinta del inglés, con fluidez, profundidad y espontaneidad, con clientes/proveedores de diferentes países, en situaciones de comunicación presencial y a distancia, con uno o varios interlocutores de manera que se potencien las relaciones y el desarrollo efectivo de las distintas operaciones de comercio internacional.

CR5.1 Las intervenciones orales en conversaciones y/o reuniones, con uno o varios interlocutores, se realizan de forma eficaz y fluida, relacionando lógicamente los puntos principales y favoreciendo la interacción con el cliente y/o proveedor respondiendo con prontitud a las cuestiones planteadas por el mismo.

CR5.2 En los distintos contextos profesionales propios del comercio internacional: reuniones, visitas, exposiciones de productos/servicios y negociaciones, se participa de forma activa solicitando o respondiendo con fluidez y precisión a las cuestiones que se le plantean.

CR5.3 Las conversaciones informales de diversa índole se desarrollan con fluidez, claridad y coherencia discursiva adaptándolas al registro y tono de la conversación.

CR5.4 En contextos profesionales de conflicto o negociación con clientes/proveedores extranjeros, se interactúa oralmente con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión que se está dispuesto a hacer.

CR5.5 En caso de quejas de los clientes e incidencias propias del comercio internacional se interponen argumentos con facilidad y espontaneidad sin necesidad de apoyo externo respondiendo con coherencia el mensaje.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.6 Las entrevistas/consultas con clientes/proveedores de distintos países, en calidad tanto de entrevistado como de entrevistador, se realizan con fluidez, sin apoyo externo y manejando las interposiciones de los interlocutores sin problemas.
CR5.7 Las comunicaciones orales, presenciales o a distancia, se adecuan a las condiciones socioculturales del uso de la lengua e interlocutor/es, aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.
CR5.8 En las comunicaciones orales presenciales, el lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales de los interlocutor/es, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes al/a los interlocutor/es.

Contexto profesional

Medios de producción
Redes locales, intranet e Internet. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Telefonía –fija y móvil–. Agendas manuales y electrónicas. Fuentes de referencia en una lengua distinta del inglés relativas al comercio internacional. Protocolo y fórmulas de cortesía en países extranjeros. Equipos audiovisuales. Fotocopiadoras, fax. Material y mobiliario de oficina.

Productos y resultados
Documentación en una lengua distinta del inglés propia del comercio internacional. Presentaciones orales en una lengua distinta del inglés con fluidez, naturalidad y eficacia. Traducciones orales y escritas, fluidas y exactas en una lengua distinta del inglés. Comunicaciones en una lengua distinta del inglés con clientes/proveedores internacionales. Adecuación sociolingüística de conversaciones en una lengua distinta del inglés con clientes/proveedores. Listados de fuentes de información online en una lengua distinta del inglés.

Información utilizada o generada
Documentación en una lengua distinta del inglés de operaciones de comercio internacional. Directrices, protocolos de procesos comerciales internacionales. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en una lengua distinta del inglés: manuales, catálogos, periódicos y revistas especializadas. Información publicada en Internet. Manuales de cultura y civilización del destinatario objeto de la comunicación.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

Código: MF1007_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.

Duración: 180 horas

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: ENTORNO E INFORMACIÓN DE MERCADOS.

Código: UF1779

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 y con la RP2 en lo relativo a la organización y control de la información de mercados.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Analizar la incidencia de las variables del macro y microentorno de las empresas u organizaciones en la actividad comercial.

CE1.1 Explicar los efectos de las magnitudes macroeconómicas más relevantes en la actividad comercial.

CE1.2 Enumerar y explicar el impacto de las principales variables microeconómicas que afectan a la actividad comercial en la organización.

CE1.3 Explicar las diferentes dimensiones del macroentorno y microentorno de la empresa y establecer las fuentes de información más adecuadas para su observación, de acuerdo con la orientación estratégica de la empresa y atendiendo a criterios de fiabilidad y rentabilidad.

CE1.4 Identificar las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan los mercados nacionales e internacionales.

CE1.5 Explicar el impacto de los procesos de integración económica a nivel europeo e internacional en la competencia de los mercado.

CE1.6 Identificar los bloques de integración económica con mayor influencia en la economía mundial.

CE1.7 Diferenciar los principales determinantes del comportamiento de las organizaciones, tanto en el ámbito nacional como internacional.

CE1.8 A partir de un supuesto práctico debidamente caracterizado en el que se fijan las necesidades de información de una empresa:

– Seleccionar las variables del macroentorno y microentorno de la organización objeto de estudio.
– Explicar la influencia o relación de las variables entre sí y con las necesidades de información de la empresa.

C2 Analizar y definir las fuentes y los sistemas de obtención de información más adecuados para el mantenimiento del sistema de información de mercados (SIM) de la organización.

CE2.1 Definir los conceptos de fuentes de información primaria y secundaria, externa e interna, y los de investigación cualitativa y cuantitativa.

CE2.2 Describir las técnicas de recogida de información más utilizadas en la actividad comercial.

CE2.2 Analizar y seleccionar las fuentes de información comercial oficial más relevantes y fiables: instituciones oficiales nacionales, europeas o internacionales, catálogos, directorios, bases de datos especializadas u otros.

CE2.3 Describir los principales métodos de segmentación de mercados nacionales e internacionales y seleccionar los que mejor se adapten a los objetivos de la organización.

CE2.4 Detectar el tipo de información no disponible necesaria para la organización, con el objeto de establecer los sistemas de recogida de información adecuados para su obtención.

cve: BOE-A-2011-19501

C3 Definir procedimientos de organización y control de la información en el desarrollo de la actividad para configurar un sistema de información de mercados (SIM).

CE3.1 Definir y explicar la finalidad y objetivos de un SIM.

CE3.2 Explicar la tipología de los datos que son procesados por un SIM.

CE3.3 Describir las características de idoneidad que debe poseer un SIM.

CE3.4 Explicar las técnicas de organización de información más utilizadas en un SIM.

CE3.5 Establecer procedimientos de control para detectar y corregir errores en la fiabilidad, exactitud, actualidad y economía de los datos del SIM y en el funcionamiento de los canales y sistemas de recogida de información utilizados.

CE3.6 Definir y aplicar sistemas de control de tiempos y cálculo del coste económico para las acciones de recogida de información.

CE3.7 Organizar los sistemas de archivo y acceso a la información de manera eficiente, adecuándolos a los niveles de confidencialidad y necesidad establecidos para los diferentes integrantes de la organización y manejando las funciones habituales para el tratamiento informático.

CE3.8 Establecer sistemas eficaces en tiempo y forma para la distribución de la información gestionada por el SIM.

Contenidos

1. El Sistema de Información de Mercados (SIM).

- Definición y funciones del SIM.
- Componentes del SIM.
  - El subsistema de datos internos.
  - El subsistema de inteligencia de marketing.
  - El subsistema de investigación de marketing.
  - El subsistema de apoyo a las decisiones de marketing.
- Diferencias entre el SIM y la investigación comercial.

2. Análisis del macroentorno del marketing.

- El entorno macroeconómico.
  - Principales indicadores económicos.
  - Bloques de integración económica.
  - Organismos e instituciones nacionales e internacionales.
  - Fuentes de información económica nacional e internacional.
  - La Balanza de Pagos.
- El entorno demográfico.
  - Principales indicadores demográficos.
  - Variables que influyen en el entorno demográfico.
- El entorno cultural.
  - Instituciones sociales.
  - Comunicación y lenguaje.
  - La estética de los productos.
  - La religión.
  - Ética y moral.
  - La marca país.
- El entorno político.
- El entorno legal.
  - Los contratos internacionales y los sistemas legales.
  - Barreras arancelarias.
  - Barreras no arancelarias.
  - Los derechos de propiedad industrial e intelectual.
- El entorno tecnológico.
- El entorno medioambiental.

cve: BOE-A-2011-19501

3. Análisis del microentorno del marketing.

– El mercado.
  - Definición y dimensiones del mercado.
  - Clasificación de los mercados.
  - Segmentación de mercados: concepto y técnicas.
  - Posicionamiento de productos/marcas en el mercado.

– Componentes del microentorno.
  - Los clientes.
  - La competencia.
  - Los sistemas de distribución.
  - Los proveedores.
  - Las instituciones comerciales.
  - La normativa sectorial.

4. Selección de las fuentes de información de mercados.

– Tipología de la información de mercados.
  - Información interna y externa.
  - Información cualitativa y cuantitativa.
  - Información primaria y secundaria.

– Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa.
  - Entrevista en profundidad.
  - Dinámicas de grupo.
  - Técnicas de creatividad.
  - Observación.

– Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa:
  - La encuesta.
  - El panel.

– Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
  - Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales.
  - Fuentes públicas de información secundaria externa.
  - Investigación de gabinete (desk research).

– Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información:
  - Procedimientos para garantizar la fiabilidad, exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM.
  - Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria.

5. Gestión y archivo de la información de mercados.

– Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados.
  - Procesadores de texto.
  - Hojas de cálculo.

– Bases de datos.
  - Función y estructura de las bases de datos.
  - Pautas para la diseño de nuevas bases de datos.
  - Manejo de herramientas de búsqueda, consulta y generación de informes en las bases de datos.
  - El mantenimiento de las bases de datos.

cve: BOE-A-2011-19501

– Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos.
  - Tipos de soportes informáticos para el almacenamiento de datos: ventajas y desventajas.
  - Establecimiento de sistemas y procedimientos para la realización de copias de seguridad y actualización de la información en soportes informáticos.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: INVESTIGACIÓN Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

Código: UF1780

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP1 y RP2 en lo relativo a las técnicas de recogida de información de mercados.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Aplicar técnicas de recogida de información, de acuerdo con los objetivos y requisitos previamente establecidos por el SIM.

CE1.1 Definir y explicar el concepto, alcance y las etapas de la investigación de mercados.

CE1.2 Describir y explicar los procesos de obtención de información primaria mediante sus diferentes técnicas.

CE1.3 Definir los parámetros esenciales que hay que tener en cuenta en la obtención de información a través de encuestas.

CE1.4 Identificar las diferentes fases de ejecución de una encuesta.

CE1.5 Conocer y aplicar técnicas para crear cuestionarios y adecuar su estructura y contenido a los objetivos establecidos por el SIM.

CE1.6 Describir y explicar las fases del proceso de diseño de la muestra para la organización de la toma de datos a través de encuestas.

CE1.7 Aplicar técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico sobre la población objeto de las encuestas programadas por el SIM.

CE1.8 A partir de un supuesto donde se establecen los objetivos de una investigación comercial:

– Seleccionar la técnica de recogida de información primaria más adecuada, justificando su elección.
– Valorar el coste y rendimiento del proceso de obtención de la información de las posibles técnicas a emplear.
– Confeccionar un cuestionario para la obtención de información primaria.
– Simular la realización de un pre-test del cuestionario previamente elaborado dirigido a un pequeño grupo de personas.
– Definir el tamaño de la muestra aplicando las técnicas de muestreo más adecuadas.

CE1.9 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado, detectar posibles errores en un cuestionario propuesto, en relación con:

– La relación existente entre el tipo de preguntas elegido y los objetivos de la encuesta.
– La exactitud, claridad y tono adecuado en la redacción de las preguntas.
– La secuencia de las preguntas.
– Tamaño y configuración de la muestra sometida a estudio.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.10 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para el desarrollo de un estudio de mercado:
– Definir las variables objeto del estudio.
– Identificar y seleccionar las fuentes secundarias –internas y externas– y los procedimientos de recogida dentro de las mismas.
– Acceder a bases de datos online para la obtención de la información oficial.

C2 Definir y elaborar planes de trabajo de campo para la obtención de información primaria relacionada con la actividad comercial mediante encuestas.

CE2.1 Identificar las partidas que integran un presupuesto-tipo para el desarrollo de trabajo de campo.

CE2.2 A partir de un supuesto donde se han establecido los objetivos, técnicas a utilizar y presupuesto para el desarrollo de una encuesta:
– Organizar el trabajo de campo para el desarrollo de la fase de obtención de datos de la encuesta.
– Calcular el número de encuestadores necesarios para cumplir los objetivos previstos, considerando el presupuesto y tiempo máximo asignado.
– Simular la aplicación de los métodos de obtención de información obteniendo datos para su posterior tabulación.

CE2.3 Describir las principales pautas de actuación que deben observar los encuestadores en el desarrollo de su trabajo.

CE2.4 Partiendo de los datos obtenidos en el desarrollo del trabajo de campo de una encuesta sobre intención de compra y conocidos los datos reales de mercado:
– Analizar las desviaciones producidas.
– Identificar las causas que originaron dichas desviaciones.
– Sugerir las acciones correctoras pertinentes.

Contenidos

1. La investigación de mercados.
– Concepto y alcance.
– El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados).
– Etapas de la investigación de mercados.
  ▫ Determinación de problema a investigar.
  ▫ Determinación de los objetivos de la investigación.
  ▫ Obtención de información.
  ▫ Tratamiento y análisis de datos.
  ▫ Interpretación de resultados y presentación de conclusiones.

2. Procedimientos de recogida de información primaria.
– Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación.
– Proceso de organización y ejecución de entrevistas en profundidad.
  ▫ La preparación de la entrevista en profundidad.
  ▫ Selección del entrevistado.
  ▫ El guión de la entrevista.
  ▫ Tipos de comunicación y barreras.
  ▫ Técnicas para superar las barreras.
  ▫ Las fases de la entrevista.
– La observación.
  ▫ Tipos de investigación mediante observación.
  ▫ La elección del tipo de observación adecuada.
  ▫ El diseño del proceso de observación.

cve: BOE-A-2011-19501

3. La encuesta.
- Concepto y características.
- Clases de encuestas.
  - Encuesta personal.
  - Encuesta telefónica.
  - Encuesta postal.
  - Encuesta por internet.
  - Encuesta ómnibus.
- Consideraciones previas a la realización de encuestas.
  - Planteamiento de la utilidad de la encuesta y la posibilidad de utilizar fuentes de información secundaria.
  - Determinación de los objetivos principales.
  - Determinación del tipo de encuesta que se va utilizar.
  - Valoración del coste y tiempo necesario para su ejecución.
- Fases de ejecución de la encuesta.
  - Diseño de la muestra.
  - Diseño del cuestionario.
  - Realización del trabajo de campo.
  - Codificación y tabulación de datos.
  - Análisis de datos.
  - Presentación de conclusiones.

4. El cuestionario.
- Concepto y utilidad.
- Estructura del cuestionario.
  - Título y encabezamiento.
  - Presentación.
  - Bloques de preguntas.
  - Despedida y agradecimiento.
- Tipos de preguntas de un cuestionario.
  - Atendiendo a la naturaleza del contenido: hechos y comportamientos, opinión y actitudes, socio-demográficas o clasificatorias.
  - Atendiendo al tipo de respuesta admitida: de respuesta abierta, semiabierta y cerrada.
  - Atendiendo a su función dentro del cuestionario: rompehielos y alivio, esenciales y de escala.
- Pautas para la elaboración de preguntas.
  - Revisión de los objetivos del cuestionario.
  - Agrupación de objetivos en temas afines.
  - Elaboración de preguntas a partir de los objetivos marcados.
  - Elegir un orden de preguntas por bloques coherentes.
  - Establecer preguntas para conectar bloques.
- Proceso de evaluación del cuestionario.
  - Pre-test del cuestionario.
  - Revisión de la exactitud, claridad y tono de las preguntas.

5. El muestreo.
- Concepto y alcance.
- El proceso de diseño de la muestra.
  - Definición de la población objetivo.
  - Definición del marco muestral.
  - Selección de un método de muestreo.
  - Determinación del tamaño de la muestra.
  - Definición del plan de muestreo.
  - Selección de la muestra.

cve: BOE-A-2011-19501

– Técnicas de muestreo no probabilístico.
  - Muestreo de conveniencia.
  - Muestreo discrecional.
  - Muestreo por cuotas.
– Técnicas de muestreo probabilístico.
  - Muestreo probabilístico simple.
  - Muestreo probabilístico sistemático.
  - Muestreo probabilístico estratificado.
  - Muestreo por conglomerados o áreas.
  - Muestreo por itinerarios aleatorios.

6. Organización del trabajo de campo.
– Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo.
  - Cálculo del tiempo necesario para el desarrollo del trabajo.
  - Cálculo del número de entrevistadores necesarios.
  - Cálculo del coste de las acciones del trabajo de campo.
  - Elaboración del presupuesto.
– El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo.
  - Determinación de las capacidades y habilidades que deben tener los encuestadores.
  - Pautas de comportamiento que deben seguir los encuestadores.

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

Código: UF1781

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP3 y RP4.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Aplicar técnicas estadísticas y de tratamiento de datos a la información disponible en el SIM para facilitar su análisis, interpretación y posterior presentación en informes comerciales.

CE1.1 Aplicar técnicas de codificación y tabulación de datos a la información recogida para la alimentación del SIM.

CE1.2 Describir y aplicar las técnicas estadísticas que se utilizan habitualmente para la interpretación y análisis de datos en un SIM.

CE1.3 Explicar los métodos de inferencia estadística en la interpretación de encuestas y control de fiabilidad.

CE1.4 Identificar y analizar las diferentes formas de representación de los datos obtenidos en la investigación comercial.

CE1.5 Explicar las ventajas de la utilización de aplicaciones informáticas- hojas de cálculo y bases de datos en el tratamiento de datos de un SIM empresarial.

CE1.6 A partir del diseño de una investigación comercial en el que se incluye la información sobre las variables de estudio, las hipótesis de partida y los datos recopilados, y utilizando, en su caso, las herramientas informáticas adecuadas:
– Codificar y tabular los datos.
– Aplicar los estadísticos adecuados a cada escala de medida para generar información relativa a los mercados.
– Aplicar técnicas de contrastación de hipótesis.

cve: BOE-A-2011-19501

– Calcular la correlación existente entre las distintas variables estudiadas.
– Interpretar los datos obtenidos, establecer conclusiones y elaborar propuestas de apoyo para la toma de decisiones.

C2 Elaborar informes a partir de la información gestionada por el SIM para su transmisión en los soportes informáticos y/o físicos adecuados y por los canales establecidos.

CE2.1 Identificar las partes que componen la estructura de un informe comercial.

CE2.2 Determinar los tipos de informes comerciales apropiados en relación con las diferentes necesidades informativas de la organización.

CE2.3 Utilizar herramientas como gráficos y tablas para facilitar la comprensión de los datos incluidos en los informes comerciales.

CE2.4 Utilizar programas informáticos para realizar presentaciones relacionadas con la información proporcionada por el SIM.

CE2.5 A partir de los datos obtenidos y tratados estadísticamente por el SIM y el requerimiento de un informe relativo a la situación actual del mercado:

– Aplicar un programa informático adecuado para el tratamiento de la información y su posterior actualización.
– Analizar los datos y establecer conclusiones.
– Establecer el tipo de informe adecuado a la situación.
– Elaborar un esquema general del informe en el que se determinen las distintas secciones o partes que lo van a componer.
– Elaborar el informe definitivo, utilizando plantillas informáticas predefinidas que faciliten la comprensión de su contenido, garanticen su homogeneidad y permitan la utilización de recursos gráficos para la interpretación de datos.
– Presentar las principales conclusiones, esquema general y contenidos clave del informe, con el apoyo de programas informáticos para presentaciones.
– Archivar la información aplicando el sistema de permisos establecido para su acceso.

Contenidos

1. Codificación y tabulación de datos e información de mercados.

– Objeto de la codificación y tabulación de datos.
– Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos:
  ▫ Edición de datos.
  ▫ Limpieza de datos: verificación de rangos y consistencia.
– Elaboración de un código maestro.
  ▫ Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta única.
  ▫ Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta múltiple.
  ▫ Codificación de respuestas sobre preguntas abiertas.
  ▫ Utilización de hojas de cálculo para la creación de tablas de doble entrada para el registro de los datos.
– Tabulación de datos.
  ▫ Distribución de frecuencias.
  ▫ Tabulación unidireccional.
  ▫ Tabulación cruzada.

2. Análisis estadístico de la información de mercados.

– Análisis descriptivo.
  ▫ Medidas de posición: media, moda, mediana, media y cuantiles.
  ▫ Medidas de dispersión: rango muestral, varianza, desviación típica, coeficiente de variación de Pearson.

cve: BOE-A-2011-19501

– Probabilidad.
  - Sucesos y experimentos aleatorios.
  - Frecuencia y probabilidad.
  - Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos.
  - Regla de Bayes.
  - Principales distribuciones de probabilidad.
– Inferencia estadística.
  - Concepto de inferencia.
  - Estimación puntual.
  - Estimación por intervalos.
  - Contraste de hipótesis.
– Análisis estadístico bivariante:
  - Tablas de contingencia.
  - Contraste de independencia entre variables.
  - Regresión.
  - Covarianza.
  - Correlación.
– Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados.
  - Alcance del análisis multivariante.
  - Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de dependencia cuantitativa y cualitativa.
  - Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de interdependencia.
– Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados.
  - Herramientas de análisis estadístico en hojas de cálculo.
  - Software específico para el tratamiento estadístico de datos.

3. Informes y presentaciones comerciales de la información de mercados.

– Informes comerciales.
  - Diseño preliminar del informe: Identificación necesidades, objetivos, elección del tipo de informe adecuado y elaboración de un esquema inicial.
  - Estructura del informe.
  - Recomendaciones prácticas para la planificación y elaboración de informes.
  - Utilización de herramientas para la generación de gráficos en hojas de cálculo y procesadores de texto.
– Presentaciones orales.
  - Organización del trabajo de presentación.
  - Actitudes adecuadas para las presentaciones orales.
  - Utilización de recursos informáticos y audiovisuales para presentaciones orales.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1779	60	55
Unidad formativa 2 – UF1780	60	50
Unidad formativa 3 – UF1781	60	50

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se programarán respetando el siguiente orden: Unidad formativa 1, Unidad formativa 2 y Unidad formativa 3.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: MARKETING-MIX INTERNACIONAL

Código: MF1008_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1008_3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional.

Duración: 130 horas.

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

Código: UF1782

Duración: 90 horas

Referente de competencia Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 y RP4.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Identificar las variables de marketing para la toma de decisiones en la internacionalización de la empresa.

CE1.1 Definir el concepto de marketing mix internacional y los elementos que lo componen.

CE1.2 Identificar las fases de la planificación comercial en la estrategia de internacionalización de la empresa.

C2 Analizar las características de los productos y/o servicios de la empresa y los competidores para proponer estrategias y acciones relacionadas con la política internacional de producto.

CE2.1 Explicar el concepto, características, dimensiones y clasificación de los productos.

CE2.2 Explicar los conceptos de cartera, línea de productos y el significado de la terminología empleada para cuantificar sus dimensiones.

CE2.3 Analizar y describir los atributos de los productos y/o servicios de la cartera de productos internacional de una empresa concreta y sus competidores.

CE2.4 Identificar los factores que definen la política de producto en mercados internacionales.

CE2.5 Explicar las fases del desarrollo y ciclo de vida de un producto internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.6 Interpretar una gráfica en la que se representa el ciclo de vida de un producto en un mercado internacional, explicando las causas y las variables que han influido en su evolución.
CE2.7 Describir la configuración de los segmentos actuales y/o potenciales adecuados a las características de los productos y/o servicios de una determinada empresa en los mercados internacionales tradicionales y online.
CE2.8 Señalar la tipología de productos que suele utilizar el marketing online como estrategia comercial.
CE2.9 Explicar el concepto de posicionamiento de producto o marca.
CE2.10 Interpretar y establecer conclusiones sobre los datos recogidos en una gráfica en la que se establecen los niveles de posicionamiento de diferentes productos o marcas en un mercado internacional concreto.
CE2.11 Explicar las fases de desarrollo para el lanzamiento de un nuevo producto en los mercados internacionales.
CE2.12 A partir de una serie de datos referidos a la evolución de un mercado, tipología de los clientes y posicionamiento de marcas existentes:
– Evaluar la oportunidad de lanzamiento de un nuevo producto, siguiendo criterios de dimensión, rentabilidad del mercado y estimación de ventas.
– Analizar los diferentes escenarios de posicionamiento de la marca con el objeto de determinar aquel que mejor se adapte a la demanda de nuevos segmentos.
– Definir los rasgos que caracterizan al nuevo producto.
CE2.13 Realizar propuestas sobre las adaptaciones que deberían producirse en los productos y/o servicios de una empresa concreta para conseguir una mayor adecuación de éstos a los gustos y preferencias de los consumidores de los mercados internacionales a los que van dirigidos.
CE2.14 Calcular, mediante técnicas de inferencia estadística y con los medios informáticos adecuados, la tendencia de los costes de fabricación y comercialización de los productos y/o servicios de una empresa determinada.
CE2.15 A partir del dato de las ventas previstas, calcular la rentabilidad de la línea y gama de los productos y/o servicios que se comercializarán en los mercados internacionales.
CE2.16 Analizar la cartera internacional de productos y/o servicios de una empresa concreta aplicando el sistema de análisis de la Matriz Boston Consulting Group y explicar las conclusiones.
CE2.17 Dada una cartera internacional de productos compuesta por varias líneas y múltiples referencias, identificar la estrategia de marca utilizada y proponer mejoras sobre su composición.

C3 Analizar las variables que influyen en el precio de los productos y/o servicios en los mercados internacionales, con el objeto de diseñar la política internacional de precios adecuada a las estrategias y objetivos de la empresa.
CE3.1 Identificar las variables que influyen en la determinación de precios en el exterior.
CE3.2 Identificar las fuentes de datos que proporcionan información sobre los precios de la competencia en un mercado exterior.
CE3.3 Identificar la normativa general y sectorial sobre fijación de precios y defensa de la competencia en el ámbito nacional e internacional.
CE3.4 Explicar las diferentes estrategias de precios internacionales e identificar los métodos de fijación de precios adecuados a cada una de esas estrategias.
CE3.5 Analizar el nivel de elasticidad de la oferta de productos y/o servicios de una empresa en un mercado internacional para determinar los efectos de la variación de costes en la determinación de los precios internacionales.
CE3.6 Identificar los costes de comercialización de un producto determinado en un mercado internacional concreto.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.7 Valorar los efectos de la política internacional de precios sobre el beneficio obtenido por la empresa.

CE3.8 Partiendo del precio de un producto determinado, sobre la base de un Incoterm, un número de unidades de venta previstas y un mercado internacional concreto.

– Calcular el punto muerto o umbral de rentabilidad.
– Determinar y cuantificar los costes imputables a dicho precio.
– Determinar el margen bruto.
– Interpretar los resultados y proponer medidas tendentes a la mejora del margen bruto calculado.

CE3.9 Partiendo de los datos sobre los objetivos y estrategias de una empresa y la descripción del mercado donde compite:

– Identificar los productos/marcas que compiten en la misma categoría y precio.
– Calcular las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión, sobre la base de los precios propios y los de la competencia.
– Identificar las estrategias y analizar las políticas de precios que han empleado los competidores.

CE3.10 Dado un supuesto práctico en el que se detallan los precios de un producto de diferentes competidores y otra variable conocida del mercado en un periodo determinado:

– Aplicar métodos estadísticos para calcular la correlación existente entre los precios y la variable determinada.
– Aplicar los métodos de los números índice respecto de la variable precios y calcular su tendencia.

C4 Identificar las variables que influyen en la política internacional de comunicación, con el fin de diseñar y ejecutar las acciones necesarias para la consecución de los objetivos y el desarrollo de las estrategias de la organización.

CE4.1 Identificar la normativa específica sobre publicidad y promoción en los diferentes mercados internacionales.

CE4.2 Describir, definir y diferenciar los elementos que configuran la política de comunicación del marketing en la empresa.

CE4.3 Describir los medios, soportes y formas más utilizados en la práctica publicitaria internacional y los sistemas para controlar su cumplimiento y eficacia.

CE4.4 Planificar, organizar y controlar los eventos internacionales de la empresa, observando el siguiente proceso:

– Determinar el tipo de evento más adecuado para la promoción de los productos o servicios.
– Planificar los contactos, las reuniones y la asignación de recursos humanos, materiales y financieros necesarios.
– Describir el sistema empleado para el control de las acciones planificadas y el ajuste al presupuesto asignado.
– Redactar un informe que recoja de una forma clara el nivel de cumplimiento de cada una de las acciones planificadas y el grado de ajuste al presupuesto.

CE4.5 Utilizar las técnicas más comunes para la fijación y control de presupuesto para eventos de comunicación internacional.

CE4.6 Partiendo de los objetivos establecidos para una campaña de promoción internacional y unos resultados medidos en volumen de ventas y beneficio:

– Determinar las desviaciones producidas entre los objetivos marcados y los resultados obtenidos.
– Proponer medidas para la detección y corrección de las desviaciones en futuras campañas similares.

CE4.7 Describir las principales técnicas de evaluación de campañas publicitarias en el entorno internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE4.8 Describir los rasgos culturales más característicos de las diferentes nacionalidades y las principales técnicas psicológicas que se utilizan en las acciones de comunicación internacional de la empresa.
CE4.9 Analizar las ventajas de internet como instrumento de comercialización, lanzamiento y promoción de productos internacionales.
CE4.10 En un supuesto práctico, en el que se establecen las bases para el desarrollo de mercados internacionales online de una empresa:
– Valorar la promoción y comunicación online de la empresa con sus clientes internacionales.
– Describir los elementos comerciales e informativos que se utilizarán para el desarrollo de la promoción y comunicación en la web.
– Seleccionar el medio o los medios de promoción adecuados, explicando los efectos psicológicos que se pretenden producir en los consumidores, de acuerdo con su contexto cultural y social.

C5 Analizar la estructura de la distribución en los mercados internacionales, para seleccionar las formas de acceso y los canales de distribución más adecuados a las políticas y estrategias de la empresa.
CE5.1 Enumerar y explicar las distintas tipologías de canales de distribución internacional, sus funciones y las variables que influyen en su estructura.
CE5.2 Explicar las características y diferencias fundamentales de los conceptos de distribuidor, agente y representante en el ámbito del comercio internacional.
CE5.3 Explicar las formas de entrada a mercados internacionales e identificar la modalidad más adecuada para las diferentes categorías de empresas y productos.
CE5.4 Delimitar los elementos que integran la estructura de costes de la labor comercial de la empresa en los mercados internacionales.
CE5.5 Dado un producto y tres canales de distribución convenientemente caracterizados:
– Seleccionar el más adecuado para la optimización de tiempo y costes.
– Definir la red de ventas exterior –propia, ajena o mixta.
CE5.6 Partiendo de una empresa, un producto y un mercado internacional concretos:
– Detectar los canales de distribución utilizados para ese producto en el mercado objeto de estudio.
– Determinar la tipología de los canales de distribución online susceptibles de utilización.
– Delimitar la estructura de los canales detectados.
– Elegir aquél o aquellos canales que se adapten a los objetivos de la empresa y fundamentar dicha elección.
– Proponer mejoras o alternativas para optimizar la estructura de costes y tiempos de los canales elegidos.

Contenidos

1. Internacionalización de la empresa.
– La decisión de internacionalización de la empresa.
  ▫ Motivos.
  ▫ Obstáculos.
– Etapas del proceso de internacionalización.
  ▫ Exportación ocasional o pasiva.
  ▫ Exportación experimental o activa.
  ▫ Exportación regular o consolidación.
  ▫ Establecimiento de subsidiarias comerciales.
  ▫ Establecimiento de subsidiarias de producción en el exterior.
– Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.
  ▫ Definición y alcance del marketing mix.

cve: BOE-A-2011-19501

2. Política de producto en el marketing internacional.

– Atributos del producto.
  - Atributos internos.
  - Atributos externos.
  - Atributos intangibles.
– El ciclo de vida del producto.
  - Planteamiento y significado del modelo.
  - Fases del ciclo de vida del producto.
  - Estrategias basadas en la fase del ciclo vida por la que atraviesa el producto.
– Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
  - La decisión sobre la estandarización o adaptación de productos en mercados internacionales.
  - Adaptaciones voluntarias y discrecionales.
  - Adaptaciones obligatorias.
– La cartera de productos internacional.
  - Concepto de cartera y línea de productos.
  - Decisiones sobre la cartera internacional de productos.
  - Las fases de desarrollo del lanzamiento de nuevos productos en el mercado internacional.
  - El análisis de la matriz Boston Consulting Group.
– La marca.
  - Concepto, alcance y significado.
  - El posicionamiento de la marca.
  - Estrategias de marca internacional: marca global y marca local.
– La política de producto en los mercados online.

3. Política de precio en el marketing internacional.

– Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
– Estandarización/adaptación de precios internacionales.
– Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
  - La competencia.
  - La elasticidad de la oferta y la demanda.
  - Factores psicológicos.
  - Aspectos legales.
  - Los costes de marketing y comercialización internacional.
  - Los tipos de cambio.
  - Los diferenciales de inflación.
  - Políticas arancelarias.
– Análisis de rentabilidad.
  - El punto muerto o umbral de rentabilidad.
  - Determinación de los márgenes comerciales.
– Estrategias de precios.
  - Estrategias para productos nuevos.
  - Estrategias de precios de prestigio.
  - Estrategias de precios orientadas a la competencia.
  - Estrategias de precios para cartera de productos.
  - Estrategias diferenciales.
– Cotización de precios internacionales.
  - Los costes de marketing y comercialización de productos internacionales.
  - Incoterms.
  - Aspectos particulares de la determinación de precios y costes en los mercados digitales.

cve: BOE-A-2011-19501

4. Política de comunicación de marketing internacional.

– La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
– La publicidad.
  ▫ Definición y objetivos.
  ▫ Los medios publicitarios.
  ▫ El control de las campañas publicitarias.
– La promoción de ventas
  ▫ Definición y objetivos.
  ▫ Técnicas para la promoción de ventas.
– Las relaciones públicas.
  ▫ Definición y objetivos.
  ▫ Acciones de relaciones públicas.
– Otras herramientas de la política de comunicación:
  ▫ La fuerza de ventas.
  ▫ El merchandising.
  ▫ Internet como instrumento de promoción y publicidad internacional.
– Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
  ▫ El tipo de producto.
  ▫ La estructura de distribución en los diferentes países.
  ▫ La fase del ciclo de vida del producto.
  ▫ El posicionamiento internacional de la marca.
  ▫ El nivel competitivo de los mercados internacionales.
  ▫ Aspectos legales.
  ▫ Diferencias culturales.
– Las ferias internacionales y las misiones comerciales.
  ▫ Importancia de las ferias.
  ▫ Clasificación de las ferias.
  ▫ Organización de la asistencia a ferias y misiones comerciales.

5. Política de distribución en el marketing internacional.

– Canales de distribución.
  ▫ Definición.
  ▫ Funciones de los canales.
  ▫ Características de los diferentes canales.
– Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
  ▫ Elección del número de canales.
  ▫ Longitud de los canales.
  ▫ Modalidad de distribución utilizada por los canales: distribución exclusiva, selectiva e intensiva.
  ▫ Estrategias comerciales empleadas en los canales (push/pull).
  ▫ Variables del entorno.
  ▫ Variables del mercado.
– Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
  ▫ Objeto del análisis.
  ▫ Análisis del mercado.
  ▫ Determinación del número de puntos de venta.
  ▫ Selección del lugar de emplazamiento.
  ▫ Determinación del tamaño y características de los puntos de venta.
– Las relaciones internas del canal.
  ▫ Importancia del análisis de las relaciones entre los miembros de un canal.
  ▫ Análisis de los diferentes estilos en la forma de ejercer el poder en el canal.

cve: BOE-A-2011-19501

– Fórmulas de entrada en los mercados exteriores.
  - Fórmulas de acceso directo: vendedores, agentes, distribuidores, subsidiarias comerciales y subsidiarias de producción.
  - Fórmulas de acceso indirecto: trading companies, franquicias y cesión de tecnología.
  - Fórmulas de acceso concertado: consorcio de exportación, piggy back, alianza estratégica, joint venture y licencias de fabricación.
– Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
  - Aspectos legales.
  - Aspectos socioculturales.
– Internet como canal de distribución internacional
  - Posibilidades de distribución de los mercados online.
  - Ventajas y desventajas de la distribución por Internet.
  - La tienda digital.

6. Herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado.
– Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
– Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
– Hojas de cálculo.
  - Plantillas para el cálculo de la tasa de retorno de las inversiones en marketing y otros ratios de rentabilidad.
  - Plantillas para el cálculo de costes y márgenes comerciales.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL.

Código: UF1783

Duración: 40 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP1, RP2, RP3 y RP4 en lo referente a la organización y presentación de la información relacionada con las políticas de marketing internacional y la RP5.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Relacionar entre si la información proveniente del SIM y las variables que intervienen en el marketing obteniendo conclusiones para el plan de marketing internacional de la empresa.

CE1.1 Definir y establecer las principales diferencias entre los conceptos de marketing operativo y marketing estratégico en la internacionalización de la empresa.

CE1.2 Explicar la utilidad y el esquema general de un plan de marketing internacional y desarrollo online internacional.

CE1.3 Interpretar la información externa disponible sobre las características que configuran el mercado o mercados internacionales de referencia para los productos y/o servicios de la empresa, en relación con su tamaño real y potencial, ubicación, nivel competitivo, nivel tecnológico, sistemas de distribución y tipología de los consumidores, para su incorporación al plan de marketing internacional.

CE1.4 Interpretar la información disponible sobre las características de la empresa, su enfoque competitivo y las estrategias y políticas de marketing previamente diseñadas, para su incorporación al plan de marketing internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.5 Confeccionar informes en los que se reflejen de manera clara y sintética las conclusiones relacionadas con el análisis de las diferentes políticas de marketing, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas para la obtención, presentación del trabajo, archivo y posterior utilización y ampliación.
CE1.6 Organizar la información obtenida del análisis y desarrollo de las políticas de marketing para su inclusión en el plan de marketing internacional de la empresa.
CE1.7 Utilizar la técnica del análisis DAFO para extraer conclusiones sobre la situación competitiva de la empresa, partiendo de un supuesto convenientemente caracterizado en el que se especifican las características principales de una empresa y el mercado internacional de referencia.
CE1.8 A partir de un plan de marketing internacional convenientemente caracterizado:
– Realizar la interpretación del mismo.
– Extraer conclusiones.
– Confeccionar un informe en el que se reflejen de manera clara y sintética las conclusiones, relacionando los resultados obtenidos del análisis estadístico con el objeto del estudio.
– Utilizar las aplicaciones informáticas adecuadas para la obtención, presentación del trabajo, archivo y posterior utilización y ampliación.

C2 Elaborar un informe de base, briefing, de productos/marcas para el desarrollo de un plan de marketing internacional.
CE2.1 Describir el concepto de briefing, finalidad del mismo, y elementos que lo componen en un contexto internacional.
CE2.2 A partir de un briefing, analizar su contenido e información relacionando los capítulos que incluye.
CE2.3 Dado un conjunto de datos relacionados con un producto:
– Escoger aquellos que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca.
– Explicar dicha elección.
– Clasificar los datos elegidos en los capítulos adecuados.
– Confeccionar un informe en el que se reflejen de manera clara y sintética las conclusiones.
– Utilizar las aplicaciones informáticas adecuadas para la obtención, presentación del trabajo, archivo y posterior utilización.

Contenidos

1. Planificación de marketing internacional
– El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
  ▫ Concepto.
  ▫ Características que debe cumplir un plan de marketing.
  ▫ Contenidos y esquema.
  ▫ Utilidades.
  ▫ Aspectos a considerar en la elaboración de planes de marketing online.
– Análisis de la situación.
  ▫ Análisis externo.
  ▫ Análisis interno.
– Diagnóstico: análisis DAFO.
  ▫ La técnica del análisis DAFO.
  ▫ Análisis de las debilidades y fortalezas de la organización.
  ▫ Análisis de las oportunidades y amenazas del entorno.
– Establecimiento de los objetivos del marketing.
  ▫ Principios generales para el establecimiento de objetivos.
  ▫ Factores a tener cuenta en la determinación de los objetivos del marketing.

cve: BOE-A-2011-19501

- Clases de objetivos.
- Redacción de objetivos.
- Formulación de objetivos relacionados con los mercados internacionales.

– Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.
- Estrategias corporativas.
- Estrategias de cartera.
- Estrategias de segmentación y posicionamiento.
- Estrategia funcional; las políticas de marketing internacional.

2. Plan operativo y acciones de marketing internacional.

– El plan de acción de marketing
- Objetivos y alcance de los planes de acción.
- Estructura y organización del plan de acción.
- Pautas para la elaboración de un plan de acción.

– Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
– El control del plan de marketing.
- Control de la realización de los objetivos.
- Medida del desempeño.
- Análisis de desviaciones.
- Establecimiento de medidas correctoras.

– Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional:
- Organizador de tareas y agenda.
- Elaboración del plan de marketing: modelos y procesador de textos.
- Utilización de herramientas informáticas para la transmisión de información dentro de la organización.

3. *Briefing* de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa.

– Concepto y funciones del briefing en el marketing.
– Determinación de los objetivos del briefing
– La elección de la estructura del briefing
– Como realizar un briefing
- Análisis del plan de marketing: detección y extracción de la información necesaria
- Información que no debe ser introducida en un briefing.
- Procedimiento para la redacción y estructuración del briefing.
- Adecuación de los contenidos a los destinatarios de la información.

– La presentación del briefing.
- Utilización de procesadores de texto para la presentación del briefing.
- Herramientas informáticas para presentaciones orales.
- Utilización de medios audiovisuales para presentaciones.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1782	90	80
Unidad formativa 2 – UF1783	40	35

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: NEGOCIACIÓN Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL.

Código: MF1009_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia

UC1009_3 Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.

Duración: 160 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: información y gestión operativa de la compraventa internacional.

Código: UF1757

Duración: 80 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, y RP3, RP4, RP5 y RP6 en lo relativo a la gestión operativa y control de las operaciones de compraventa internacional.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Obtener información del marco legal y fiscal internacional en el que se realizan las operaciones de comercio internacional habitual de las empresas:

CE1.1 Describir las principales fuentes y canales de información utilizados en las empresas para la obtención de una base documental que apoye y suministre datos a las distintas operaciones de comercio internacional.

CE1.2 Analizar los modos de acceso más rápidos y precisos a las fuentes de información- buscadores, directorios, portales, u otros.

CE1.3 Identificar los principales bloques económicos internacionales explicando las características de cada uno de ellos.

CE1.4 A partir de distintos supuestos de operaciones de comercio internacional determinar el marco legal y fiscal exterior del país de destino/origen y de la mercancía y/o servicio a exportar/importar.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.5 Reconocer las características y evolución del sector exterior español, tanto por países como productos, a partir de las fuentes de información de comercio exterior disponible.
CE1.6 Analizar las fases de integración económica de la Unión Europea, estableciendo las implicaciones que para el comercio ha tenido cada una, en especial la unión monetaria.
CE1.7 Identificar los Organismos y Acuerdos Internacionales y las funciones que tiene cada uno de ellos en la operativa y normativa del comercio internacional.
CE1.8 Identificar y explicar las principales barreras existentes al comercio internacional.
CE1.9 Identificar y explicar las principales instrumentos de apoyo y promoción a la internacionalización de las empresas.

C2: Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativos a las operaciones de comercio internacional.
CE2.1 Definir las técnicas de archivo más utilizadas en la organización de la información y documentación que se genera en la actividad comercial internacional.
CE2.2 Elaborar el fichero maestro de clientes y proveedores, seleccionando y estructurando la información obtenida de la aplicación informática de gestión de la relación con cliente que sea relevante para cada operación y aplicando el paquete integrado de gestión administrativa, para obtener la documentación necesaria.
CE2.3 Elaborar la información precisa que el cliente o proveedor demanden más usualmente sobre trámites administrativos y autorizaciones en la operación internacional, de acuerdo con los formatos establecidos.
CE2.4 Identificar los plazos adecuados que implican compromisos respecto a su actuación en las operaciones de comercio internacional.
CE2.5 Realizar el mantenimiento de bases de datos, introduciendo nuevos clientes o proveedores potenciales o modificando la información existente y elaborar informes a partir de la base de datos de dichos clientes.
CE2.6 Valorar la importancia de la transmisión de la imagen de la empresa en la documentación y comunicaciones formales con clientes, intermediarios o proveedores.

C3: Realizar la gestión operativa de la compraventa internacional confeccionando la documentación requerida conforme a la legislación aplicable.
CE3.1 Identificar los organismos que intervienen en la gestión de la compraventa internacional y describir la documentación o certificaciones que expiden tanto en formato físico como electrónico.
CE3.2 Identificar e interpretar las cláusulas que normalmente se utilizan en los contratos de compraventa internacional.
CE3.3 Determinar las condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERM) más adecuadas y ventajosas a las características de la operación de compraventa internacional, en casos prácticos debidamente caracterizados.
CE3.4 Identificar los factores que influyen en la materialización de la operación de compraventa internacional, mediante un contrato o una orden de pedido.
CE3.5 Interpretar la normativa aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.
CE3.6 Confeccionar la factura proforma, en un caso práctico de compraventa, detallando los aspectos y condiciones esenciales de ejecución de la compraventa verificando que lo descrito en el documento cumple la normativa de contratación internacional y que se expresan todos los datos necesarios para ejecutar la operación.
CE3.7 Analizar, en el caso de importación, la oferta presentada por el proveedor, identificando aspectos negociados o los que se pueden negociar, teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.8 Identificar los elementos básicos de la tarifa de precios analizando las diferencias en la presentación de ofertas en las operaciones de compraventa internacional habituales.

CE3.9 Confeccionar los documentos comerciales necesarios para la expedición de la mercancía, factura comercial, lista de contenido, comprobando que cumplen la normativa y lo acordado con el cliente, en supuestos prácticos debidamente caracterizados.

CE3.10 Identificar el proceso documental de una oferta y un pedido en la compraventa internacional.

CE3.11 A partir de un supuesto contrato de compra-venta internacional de mercancías:

– Identificar la normativa en materia de gestión y documentación administrativa aplicable al supuesto.
– Interpretar las condiciones de entrega e Incoterms.
– Confeccionar el contrato de compraventa y las cláusulas habituales teniendo en cuenta las condiciones establecidas.
– Definir las gestiones y documentación necesarias y los organismos implicados.

C4: Efectuar el control de la gestión operativa y documental de la compraventa internacional, mediante la utilización de medios físicos e informáticos:

CE4.1 A partir de una determinada operación de compraventa internacional, debidamente caracterizada:

– Comprobar el cumplimiento de las condiciones pactadas en la compraventa, INCOTERMS, condiciones de pago, transporte, seguro, entrega, riesgos, transferencia de la propiedad, normativa u otros.
– Indicar las gestiones necesarias a realizar con el servicio de expedición y servicio financiero para desarrollar los términos especificados en el contrato.

CE4.2 Identificar las causas de devolución de pedidos para definir líneas de actuación, informando a la organización.

CE4.3 Analizar los motivos de resolución de un contrato, recopilando la documentación necesaria para prevención de conflictos, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Contenidos

1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional

– Comercio interior, exterior e internacional.
– El sector exterior español:
  ▫ Comercio de productos, servicios e inversiones.
  ▫ Relaciones comerciales por países y sectores.
– Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.
– Organismos Internacionales:
  ▫ Organización Mundial de Comercio. GATT
  ▫ Fondo Monetario Internacional.
  ▫ Grupo Banco Mundial.
  ▫ Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo (UNCTAD).
– La integración económica regional. Principales bloques económicos.
– La Unión Europea:
  ▫ Política comercial comunitaria.
  ▫ Mercado Único.

2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales

– Barreras arancelarias:
  ▫ Arancel de Aduanas.
  ▫ Tipos de derechos arancelarios.
  ▫ Exenciones o bonificaciones: incondicionadas y condicionadas.

cve: BOE-A-2011-19501

- Barreras no arancelarias:
  - Medidas cuantitativas: contingentes a la importación, restricciones voluntarias a la exportación, medidas de efecto equivalente.
  - Barreras técnicas, sanitarias y medioambientales. Normalización, homologación y certificación: objetivo y finalidad, instituciones de homologación, productos y procedimientos de homologación, certificados, certificación de seguridad y patentes, licencias y otros documentos
  - Barreras fiscales.
- Medidas de defensa comercial:
  - Medidas antidumping.
  - Medidas antisubvención.
  - Medidas de salvaguardia.

3. Fuentes de información en el comercio internacional

- Información de comercio internacional:
  - Información comercial de clientes y proveedores internacionales
  - Información de los países de origen y/o destino.
  - Información de apoyo a la internacionalización de la empresa.
- Canales y fuentes de información en el comercio internacional:
  - Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
  - Cámaras de Comercio.
  - Oficinas comerciales.
  - Asociaciones Empresariales.
  - Entidades financieras.
  - Organismos Internacionales.
  - Agencia Tributaria. Dirección General de Aduanas.
- Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
- Gestión de la información de comercio internacional:
  - Técnicas de archivo y actualización de la información.
  - Criterios de organización y archivo de la información.
  - Elaboración de bases de datos y aplicaciones informáticas.

4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en comercio internacional

- Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales:
  - Directorios, portales y guías multisectoriales.
  - E-market places sectoriales y otros.
  - Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas.
- Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización:
  - Frecuencia de compra /venta.
  - Volumen.
  - Rentabilidad.
  - Otros.
- Tipos de archivos de los clientes/proveedores:
  - Principal.
  - Secundario.
  - Físico.
  - Informático.
- Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores:
  - Elementos.
  - Codificación.
  - Modelos.
  - Aplicaciones informáticas aplicadas a la confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores.

- Control de clientes/proveedores internacionales:

cve: BOE-A-2011-19501

- Frecuencia de pedidos.
- Consumo.
- Tamaño de los pedidos.
- Variaciones en compras/ventas.
- Cumplimiento de plazos y condiciones de pago, entrega y otros.
- Incidencias.
- Rentabilidad.

– Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.
– Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional.

5. Condiciones de la compraventa internacional

– Operaciones de compraventa internacional.
  - Obligaciones de las partes que intervienen.
– Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional.
– Condiciones de entrega en el comercio internacional, INCOTERMS:
  - Concepto.
  - Finalidad y alcance.
  - Aspecto contractual de los INCOTERMS.
  - Utilización de los INCOTERMS según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de pago o cobro internacional.
  - Revisiones. Análisis INCOTERMS.
  - Clasificación de los INCOTERMS en grupos.
  - Obligaciones de comprador y vendedor según incoterms.
  - Transmisión de costes y de riesgos.
– Interpretación práctica de cada INCOTERM.

6. Elaboración de ofertas en comercio internacional

– Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.
– Oferta internacional:
  - Información básica de la oferta.
  - Elaboración.
  - Presentación.
  - Negociación de la oferta comercial.
  - Importancia de la tarifa de precios en la relación de compraventa.
  - Condiciones de entrega y tarifa de precios.
– Elementos de la tarifa de precios:
  - Producto.
  - Unidad de venta.
  - Vigencia.
  - Precio y condiciones internacionales de entrega: los incoterms.
  - Información complementaria, observaciones y aclaraciones.
– Presentación de la tarifa:
  - Tarifa general de la empresa.
  - Tarifa personalizada: por país, por cliente.
  - Precio e Incoterm.

7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional

– Proceso documental de la operación comercial.
  - Información y documentación de la operación a conservar.
– Orden de pedido:
  - Contenido.
  - Revisión.
  - Pedido en firme.
  - Confirmación del pedido.
– Preparación del pedido. Lista de contenido.

cve: BOE-A-2011-19501

– Factura proforma:
  - Elaboración.
  - Contenido.
  - Presentación.
– Factura comercial:
  - Función.
  - Elaboración.
  - Contenido.
  - Presentación.

8. **Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa del comercio internacional**
– Aplicaciones generales, función y utilidades:
  - Procesadores de texto.
  - Bases de datos.
  - Hojas de cálculo.
  - Presentaciones.
  - Agendas y otros.
– Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización:
  - Área comercial.
  - Área fiscal.
  - Área administrativa.
  - CRM, Gestor de relaciones con clientes.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

Código: UF1784

Duración: 80 horas.

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3 y la RP4 en relación a la negociación y cierre de los acuerdos y procedimientos con agentes, clientes y proveedores internacionales.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Interpretar la normativa y usos habituales que regulan las operaciones de compra y venta internacional.

CE1.1 Identificar las fuentes de información jurídicas que afectan y regulan la contratación internacional.

CE1.2 Explicar el valor jurídico de los usos uniformes en la contratación internacional: sobre crédito documentario, sobre garantías y finanzas contractuales, relativas al cobro de documentos comerciales, y otros.

CE1.3 Identificar la terminología jurídica utilizada y la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa internacionales, tanto en el idioma propio como en inglés.

CE1.4 Dado un contrato de compraventa internacional analizar las partes y elementos que lo componen, distinguiendo las cláusulas facultativas y las obligatorias.

CE1.5 Describir las teorías de derecho internacional que solucionan las contradicciones y conflictos originados en las condiciones generales que regulan un contrato de compraventa internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.6 Explicar el alcance y ventajas del arbitraje en los conflictos de comercio internacional.

CE1.7 Dadas unas condiciones establecidas en una compraventa internacional, datos identificativos de las partes negociadoras y mercancía objeto de negociación:

– Seleccionar la cláusula incoterm más apropiada a la operación.
– Enumerar las obligaciones contractuales del vendedor y del comprador.
– Describir los sistemas de resolución de controversias y arbitraje internacional.

CE1.8 Analizar las características generales de los concursos y licitaciones internacionales.

C2 Elaborar el precontrato y/o contrato asociado a operaciones de compraventa internacional y concursos o procesos de licitación internacional de acuerdo con la normativa y usos habituales en el comercio internacional.

CE2.1 Explicar el valor de los acuerdos precontractuales y sus efectos sobre el compromiso de las partes en contextos internacionales.

CE2.2 Identificar los modelos documentales utilizados para recoger acuerdos precontractuales en operaciones de comercio exterior.

CE2.3 Definir los principales aspectos que deben figurar en el clausulado de un precontrato internacional.

CE2.4 Dadas las bases de un concurso o licitación internacional, elaborar la oferta comercial.

CE2.5 Dadas unas condiciones pactadas en una compraventa internacional, datos identificativos de las partes negociadoras y mercancía objeto de negociación:

– Citar la normativa de contratación internacional que regula el supuesto y aplicarla en la confección del precontrato.
– En función del Incoterm elegido, describir los derechos adquiridos y las obligaciones asumidas por las partes contratantes.
– Confeccionar la carta de intenciones, redactando el clausulado que exprese las características definidas de la operación de compraventa internacional.
– Utilizar el soporte informático adecuado para la edición del documento.

CE2.6 Identificar distintos tipos de contratos mercantiles que se utilizan en la compra de un producto/servicio a nivel internacional y reconocer los modelos documentales que los representan.

CE2.7 Dadas unas condiciones pactadas en una operación de venta internacional y unos datos identificativos de la operación:

– Confeccionar el contrato adecuado a la situación planteada.
– Estructurar la información dentro del clausulado que la compone.
– Aplicar programas informáticos al respecto: procesadores de textos, tablas u otros, utilizando la terminología mercantil apropiada a la operación.

C3 Aplicar técnicas de negociación adecuadas en la determinación de las condiciones de operaciones de compra y venta internacional

CE3.1 Explicar los factores esenciales que conforman la oferta y demanda de un producto o servicio en las operaciones internacionales.

CE3.2 Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación de las condiciones de ejecución de una compraventa internacional.

CE3.3 Identificar y describir las técnicas de negociación internacional más utilizadas en la compraventa.

CE3.4 Identificar la terminología comercial habitual en el ámbito internacional aplicando correctamente a partir de una operación claramente identificada.

CE3.5 Identificar las características más relevantes de negociadores de diferentes culturas - anglosajones, alemanes, franceses, japoneses, chinos, latinoamericanos, y otras.

CE3.6 En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor extranjero para iniciar negociaciones:

cve: BOE-A-2011-19501

– Identificar la idiosincrasia del país del cliente o proveedor.
– Definir un plan de negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir, adecuando la comunicación verbal y no verbal.
– Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación.
– Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida, atendiendo al protocolo, normas y costumbres del país.

CE3.7 Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente extranjero.

CE3.8 A partir de unos datos convenientemente caracterizados, establecer un plan de negociación de venta que contemple los siguientes aspectos:
– Estimar las necesidades, los puntos fuertes y débiles respectivos.
– Identificar los principales aspectos de la negociación.
– Explicar los límites en la negociación de cada parte.
– Elaborar la oferta para presentarla al cliente.
– Predecir las probables posturas del cliente y preparar las posturas propias del vendedor.
– Elaborar un informe que recoja los acuerdos de la negociación, mediante el uso de los programas informáticos adecuados.

C4 Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en la preparación y desarrollo de relaciones comerciales internacionales.

CE4.1 Definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacional, teniendo en cuenta los aspectos culturales de los interlocutores, clientes, agentes o proveedores.

CE4.2 Identificar y determinar los rasgos y tácticas de comportamiento verbal y no verbal en la comunicación, típicos de diversas culturas.

CE4.3 Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales en el ámbito internacional.

CE4.4 A partir de un supuesto de solicitud de información a un cliente, agente o proveedor de un determinado país, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado al país, redactándolo de forma clara y concisa en función de su finalidad, en lengua propia e inglés.

CE4.5 En supuestas conversaciones telefónicas con un cliente, agente y proveedor de un país extranjero:
– Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.
– Identificar la tipología del cliente/agente/proveedor y la operación comercial a realizar.
– Adaptar la actitud y conversación a la situación de la que parte el interlocutor.
– Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.
– Analizar el comportamiento del cliente/agente/proveedor y caracterizarlo.
– Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.

CE4.6 En diversas situaciones simuladas de reunión con un cliente/agente/proveedor extranjero:
– Elaborar un documento con los puntos clave a tratar en esa reunión para la operación.
– Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor: frases cortas, lenguaje concreto y sencillo, entre otros.
– Durante la simulación de la negociación, hacer pausas, dando tiempo al intérprete para realizar la traducción.

CE4.7 En diversas situaciones simuladas de comunicación escrita con un cliente/agente/proveedor extranjero:
– Elaborar el documento –carta comercial, informe, petición de información, entre otros–, adecuado a la situación planteada, utilizando soportes informáticos.

cve: BOE-A-2011-19501

– Simular la transmisión del documento mediante soportes informáticos o de nuevas tecnologías.

CE4.8 Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación con operadores internacionales, sistemas EDI u otros.

Contenidos

1. Negociación de operaciones de comercio internacional

– Preparación de la negociación internacional:
  - Análisis del proceso.
  - Planificación de la negociación.
  - Componentes básicos de la negociación.
  - Fases que configuran la negociación.
– Desarrollo de la negociación internacional:
– Técnicas de la negociación internacional:
  - Tipología cliente/proveedor.
  - Tipología productos.
  - Aspectos socio-profesionales del país cliente/proveedor.
– Consolidación de la negociación internacional:
  - Puntos de acuerdo.
  - Momento de cierre.
  - Problemas de cierre.
– Estilos de negociación comercial:
  - Negociación intercultural: diferencias y semejanzas.
  - Estados Unidos.
  - Inglaterra.
  - Francia.
  - Alemania.
  - Japón.
  - China.
  - Hispanoamérica.

2. Técnicas de comunicación y relaciones comerciales internacionales

– Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales:
  - Etapas, canales y medios.
  - Dificultades y barreras en la comunicación entre operadores internacionales.
  - Recursos para manipular datos de percepción.
  - La comunicación generadora de comportamientos.
– Tipos de comunicación:
  - Comunicaciones masivas: publicidad y promoción.
  - Comunicaciones selectivas: Marketing directo y telemarketing.
  - Comunicaciones personales: Venta personal.
– Actitudes y técnicas en la comunicación:
  - Coherencia comunicativa e imagen corporativa. Función e importancia.
  - Medios y equipos. Innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación.
  - Autoconocimiento y desarrollo personal. Habilidades de comunicación.
– La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes.
– La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales:
  - La comunicación telefónica y presencial.
  - Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales.
  - La atención al cliente. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.

cve: BOE-A-2011-19501

– La comunicación escrita en el comercio internacional:
  - Normas de comunicación y expresión escrita.
  - Modelos de comunicación.
– Relaciones públicas en el comercio internacional.
– Internet como instrumento de comunicación:
  - Comercio electrónico: el B2B y el B2C.

3. El contrato de compraventa internacional

– Regulación de la compraventa internacional
  - Instrumentos de armonización: Lex Mercatorum.
  - Principios UNIDROIT.
  - Convenio de Viena y de Roma.
  - Leyes modelo.
  - Unificación del derecho y otros.
  - Convenios internacionales.
– Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París.
  - Distribución de documentos.
  - Condiciones de entrega de la mercancía: INCOTERMS
  - Distribución de costes de la operación.
  - Distribución de riesgos de la operación.
– El contrato de compraventa internacional:
  - Principales obligaciones del vendedor.
  - Principales obligaciones del comprador.
  - Elementos esenciales del contrato.
  - Clausulado del contrato.
  - Incumplimiento y resolución.

4. Los contratos de intermediación comercial

– Intermediación comercial internacional:
  - Tipos de intermediarios.
  - Red de venta internacional.
  - Delimitación entre los contratos de comisión, mediación y agencia.
– Contrato de agencia:
  - Concepto y características.
  - Principales obligaciones del agente.
  - Principales obligaciones del empresario.
  - Duración y extinción.
– Contrato de distribución:
  - Concepto y características.
  - Cláusulas de especial atención.
  - Principales obligaciones del distribuidor.
  - Duración y extinción.
– Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior:
  - Comparación entre agente, distribuidor y otras figuras de intermediación.
  - Fuentes de localización de agentes y distribuidores internacionales.
– Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores.

5. Otras modalidades contractuales en el comercio internacional

– Contrato de transferencia tecnológica:
  - Acuerdos de licencia de patente.
  - Acuerdos de licencia de know how.
  - Clausulado estándar.
– Contrato de Joint venture:
  - Concepto legal y normas aplicables.
  - Estructura del contrato.

cve: BOE-A-2011-19501

- Contrato de franquicia:
  - Características generales.
  - Obligaciones del franquiciador.
  - Obligaciones del franquiciado.

6. El arbitraje comercial internacional

- Vías de prevención y resolución conflictos derivados del contrato.
- Principales organismos arbitrales.
- El procedimiento arbitral internacional:
  - Problemas preliminares.
  - Fases del procedimiento.
  - El laudo y su ejecución.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1757	80	75
Unidad formativa 2 – UF1784	80	75

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se programarán de forma independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 4

Denominación: INGLÉS PROFESIONAL PARA COMERCIO INTERNACIONAL
Código: MF1010_3

Nivel de cualificación profesional: 3

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.

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: INGLÉS ORAL Y ESCRITO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: UF1764

Duración: 90 horas

cve: BOE-A-2011-19501

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 y RP5.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral en inglés, formal e informal, presencial y retransmitido, de una operación comercial internacional definida.

CE1.1 diferenciar las características fonéticas del léxico técnico habitual utilizado en una exportación/importación de bienes y en las relaciones comerciales internacionales en general con fórmulas y regímenes aduaneros diversos.

CE1.2 A partir de la audición de datos técnicos, económicos, políticos o sociales de distintos países o empresas interpretar su significado haciendo un uso esporádico del diccionario.

CE1.3 A partir de la audición de una grabación de un debate entre varios individuos tratando un tema de actualidad resumir las posiciones de cada uno de los intervinientes.

CE1.4 A partir de la audición de un discurso oral entre varios interlocutores conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para una operación comercial, exportación e importación, definida con un país distinto del propio:

- Interpretar con precisión el significado de los datos más relevantes para la operación.
- Interpretar la información contextual y no verbal con coherencia al discurso de los interlocutores.
- Resumir los argumentos e información relevante para la ejecución de la operación.

C2: Interpretar los datos e información específica de distintos documentos, informes comerciales y fuentes de información de comercio internacional escritos en inglés extrayendo la información relevante para una exportación y/o importación de bienes/servicios.

CE2.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes técnicos y el léxico habitual en los documentos comerciales habituales: documentos aduaneros, facturas, órdenes de pedido y contratos de compraventa internacional, entre otros.

CE2.2 A partir de una tabla con datos en inglés de tipo económico y financiero: tipos de interés, tipos de cambio, u otras variables cuantitativas propias de informes comerciales y estudios de mercados internacionales, interpretar el significado de cada término.

CE2.3 Dado un texto informativo en inglés en el ámbito comercial conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para las operaciones comerciales o entrada en mercados internacionales interpretar con precisión su significado.

CE2.4 Dado un fax, correo electrónico o mensajes escritos con abreviaturas y jerga habitual en operaciones de comercio internacional, extraer la información y datos relevantes para la ejecución de la operación.

CE2.5 A partir de supuestos de documentos: informes y/o cartas comerciales en diferentes situaciones comerciales preventa, venta o postventa, interpretar con exactitud el objeto del documento y, en caso de desconocer términos específicos, deducir su significado del contexto y usos habituales de comercio internacional.

CE2.6 A partir de distintos documentos normalizados a nivel internacional para la ejecución de una operación de comercio internacional según la Cámara de Comercio internacional: un contrato de compraventa internacional y un crédito documentario y/o una carta comercial solicitando productos u orden de pedido interpretar con exactitud los términos que contienen diferenciando al menos:

- Sujetos o partes involucrados.
- Objeto del documento.

cve: BOE-A-2011-19501

– Condiciones de ejecución.
– Y otros aspectos técnicos del documento.

C3: Producir mensajes orales complejos en inglés con fluidez, detalle y claridad, en situaciones-tipo del comercio internacional.

CE3.1 Pronunciar la terminología específica del comercio internacional utilizando la fonética precisa y diferenciando los términos que pueden dar lugar a confusión por su similitud fonética.

CE3.2 Identificar las expresiones orales y jergas habituales en reuniones de trabajo, presentaciones comerciales de productos, utilizando registros formales e informales, según los distintos contextos profesionales: pedidos de productos, demostraciones y/o reclamaciones entre otros.

CE3.3 Explicar las fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo utilizadas habitualmente en saludos, presentaciones y despedidas con clientes/ proveedores internacionales.

CE3.4 Dada una situación supuesta de venta/compra internacional a un cliente/ proveedor, identificar y aplicar estructuras para expresar interés, opiniones, sorpresa, negación, confirmación, e indignación.

CE3.5 Producir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos y registros para captar la atención de los interlocutores.

CE3.6 A partir de la simulación de una visita de clientes con fines comerciales para la exportación/importación de un producto claramente definido, preparar una presentación de al menos 10 minutos considerando al menos:

– Identificación o presentación individual ante los clientes utilizando pautas de cortesía habituales en presentaciones comerciales o negocios internacionales.
– Descripción detallada de las características del producto y características de la operación propuesta.
– Información sobre la empresa, cultura, organigrama, actividad, productos y servicios utilizando de manera apropiada el léxico técnico utilizado en el entorno profesional.
– Despedida y agradecimientos pertinentes.

CE3.7 A partir de la simulación de una grabación en un contestador automático de mensajes utilizar las fórmulas orales habituales en:

– La identificación propia y del interlocutor utilizando las normas y pautas de cortesía habituales.
– La solicitud de pedidos de productos especificando las cantidades, características técnicas/colores según el producto/servicio y precios en distintas unidades de peso, medida o divisas.
– La solicitud de información detallada de las condiciones de la operación: transporte y horario de llegada/salida entre otras.
– La respuesta a los requerimientos utilizando las normas de cortesía habituales.
– La despedida utilizando las fórmulas y pautas habituales.

C4: Interactuar oralmente, en inglés, con fluidez y espontaneidad, con uno y al menos dos interlocutores, manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de comercio internacional: visitas a ferias, gestiones y negociación de operaciones con clientes/proveedores.

CE4.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo en saludos, presentaciones, despedidas y costumbres socioprofesionales y de jerarquía adecuadas a la cultura del interlocutor/es diferenciando al menos cuatro países/ grupos diferentes: árabe, oriental, africana, europea, norteamericana entre otros en la comunicación verbal y lenguaje corporal que lo acompañe.

CE4.2 Diferenciar las normas de protocolo y costumbres socioprofesionales habituales para adaptar la comunicación e imagen corporativa a la del interlocutor.

cve: BOE-A-2011-19501

CE4.3 Diferenciar los tonos o acentos más habituales y las estructuras utilizadas en el lenguaje oral formal e informal en los negocios internacionales diferenciando las fórmulas británicas y americanas.

CE4.4 Dada una supuesta visita a/de clientes/proveedores en la empresa:

– Recibir y/o presentar al visitante utilizando con corrección las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía identificadas.
– Justificar posibles retrasos o ausencias de forma correcta.
– Conversar con naturalidad contestando con espontaneidad sobre los aspectos relativos a la empresa, organización interna, productos, agentes u otros asegurándose adecuadamente de su comprensión por parte de los interlocutores utilizando las fórmulas y jerga habitual en los negocios y relaciones interempresariales.

Contenidos

1. Gestión de operaciones de comercio internacional en inglés

– Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:
  ▫ Vocabulario y expresiones en la operativa de los distintos destinos aduaneros.
  ▫ Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales con otros operadores.
– Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
  ▫ Condiciones de contratación y financiación.
  ▫ Tarifas y precios.
  ▫ Modos de pago.
  ▫ Prórrogas.
  ▫ Descuentos.
– Léxico y fonética de las condiciones de entrega:
  ▫ Incoterms.
  ▫ Plazos de entrega.
  ▫ Condiciones de transporte.
  ▫ Incumplimientos, anomalías y siniestros

2. Presentaciones comerciales en inglés

– Estructuras ligüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés.
  ▫ Fórmulas de marcadores conversacionales: saludo, presentación, despedida, ayuda, interacción.
  ▫ Argumentación comercial y características de los productos.
  ▫ Conclusiones, despedida y cierre de las presentaciones comerciales.
– Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
  ▫ Elaboración de guiones para la presentación de empresas, productos y/o servicios en ferias, visitas y cartas.
– Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.
  ▫ Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
  ▫ Entonación y puntuación discursiva básica.

3. Negociación de operaciones de comercio internacional en inglés

– Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.
– Interacción entre las partes de una negociación comercial
  ▫ Presentación inicial de posiciones.
  ▫ Argumentos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Preferencias.
- Comparaciones.
- Estrategias de negociación.
- Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.

– Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
- Mostrar duda, acuerdo y desacuerdo.
- Contradecir en parte.
- Clarificar las opiniones y reformular.
- Expresar contraste y clasificar.

– Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
– Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.
- Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
- Entonación y puntuación discursiva básica.

4. Contexto socioprofesional de las operaciones comercio internacional

– Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
– Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
- Registro formal, neutral e informal.
- Relaciones profesionales en distinto grado de formalidad.
- Relaciones con la autoridad y la administración.

– Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
- Convenciones sociales: Tabúes relativos al comportamiento.
- Fórmulas de cortesía y tratamiento de uso frecuente.
- Convenciones en la conversación y visitas comerciales: puntualidad, ofrecimientos de comida, tiempo de estancia, expresión de expectativas como anfitrión.
- Comportamiento ritual: celebraciones y actos conmemorativos.

– Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
– Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
- El saludo.
- La posición del cuerpo y las extremidades.
- La mirada.
- Las diferencias de género.
- Proximidad física y esfera personal.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: DOCUMENTACIÓN EN INGLÉS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: UF1765

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP4.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Redactar y cumplimentar informes, cartas, acuerdos/contratos de comercio internacional u otros documentos habituales en comercio internacional, en inglés, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.1 Identificar la estructura y fórmulas habituales utilizadas en los documentos comerciales considerando al menos:
- Contratos de compraventa internacional.
- Facturas, albaranes y órdenes de pedido.
- Documentos aduaneros habituales y de, por ejemplo, liquidación de aranceles entre otros.

CE1.2 Definir la estructura de las cartas comerciales utilizadas habitualmente en procesos de comunicación escrita con clientes/proveedores de servicio internacionales

CE1.3 A partir de distintos supuestos de operaciones de comercio internacional suficientemente caracterizados, redactar cartas comerciales utilizando la terminología propia de las cartas comerciales en inglés incluyendo:
- Demandas de información.
- Precio y condiciones de venta como descuentos y recargos.
- Rectificaciones y/o anulaciones de operaciones.
- Ofertas de productos y/o servicios.
- Condiciones especificas del comercio internacional.
- Responsabilidad de cada parte en las condiciones de transporte y seguros.

CE1.4 A partir de una operación comercial suficientemente caracterizada redactar con sencillez y exactitud, utilizando las abreviaturas habituales, documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos, mensajes y/o notas informativas de la operación, informando de distintas situaciones propias de la operativa del comercio internacional: llegada/salida de mercancías, cobros y pagos y devoluciones entre otras.

CE1.5 A partir de distintos contextos de una operación de comercio internacional, visita comercial, asistencia a ferias internacionales, reuniones de negociación, conferencias u otros, redactar el informe comercial del evento/acto comercial.

CE1.6 A partir de la documentación aduanera escrita en inglés y sin cumplimentar de una operación específica de comercio internacional claramente definida sabe cumplimentarla considerando:
- El tipo de información solicitada en cada apartado.
- Las abreviaturas, usos o expresiones habituales al ámbito profesional de uso del documento.

CE1.7 A partir de la simulación de una operación de comercio exterior claramente definida:
- Redactar con claridad y exactitud todos los documentos de la operación: pedido, factura, contrato/acuerdo de compraventa internacional aplicando la estructura y terminología específica.
- Utilizar las expresiones idiomáticas y jergas específicas propias del comercio internacional.

Contenidos

1. Documentación de gestión comercial en inglés
- Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
- Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
  - Modelos en inglés de acuerdos comerciales entre empresas.
  - Modelos en inglés de contratos de compraventa
- Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
  - Abreviaturas.
  - Interpretación de modelos de facturas.
- Documentación financiera y de medios de pago habituales.
  - Interpretación de los documentos y terminología en los medios de pago e instrumentos financieros en inglés.

cve: BOE-A-2011-19501

- Pólizas de seguros de exportación/importación.
  - Modelos de pólizas: terminología.
- Informes comerciales
  - Fórmulas habituales en los informes.
- Otros documentos comerciales en inglés.
  - Hojas de pedido.
  - Albarán.
  - Orden de compra.

2. Redacción en inglés de informes y correspondencia comercial

- Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
- Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
- Reclamaciones:
  - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, retrasos u otra casuística propia del comercio internacional.
  - Respuesta a las reclamaciones.
- Prorroga:
  - Solicitud
  - Respuestas.
- Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
- Faxes.
- Correos electrónicos.:
  - Abreviaturas.

3. Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales

- Fuentes de información aduanera en inglés: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
- Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros:
  - El DUA en inglés.
  - Otros documentos aduaneros de terceros países: China, Rusia, u otros países con relaciones comerciales.
- Documentación de operaciones intracomunitarias en inglés.
- Liquidación de impuestos:
  - Modelos.
  - Terminología fiscal en inglés.
- Certificaciones y homologaciones internacionales:
  - Modelos.
  - Terminología en inglés

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1764	90	60
Unidad formativa 2 – UF1765	30	20

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

cve: BOE-A-2011-19501

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 5

Denominación: LENGUA EXTRANJERA PROFESIONAL, DISTINTA DEL INGLES PARA COMERCIO INTERNACIONAL

Código: MF1011_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1011_3: Comunicarse en una lengua distinta del inglés, con un nivel competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: LENGUA EXTRANJERA ORAL Y ESCRITA, DISTINTA DEL INGLÉS, EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1785

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 Y RP5.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral en lengua extranjera, distinta del inglés, formal e informal, presencial y retransmitido, de una operación comercial internacional definida.

CE1.1 Diferenciar las características fonéticas del léxico técnico habitual utilizado en una exportación/importación de bienes y en las relaciones comerciales internacionales en general con fórmulas y regímenes aduaneros diversos.

CE1.2 A partir de la audición de datos técnicos, económicos, políticos o sociales de distintos países o empresas es capaz de interpretar su significado haciendo un uso esporádico del diccionario.

CE1.3 A partir de la audición de una grabación de un debate entre varios individuos tratando un tema de actualidad puede resumir las posiciones de cada uno de los intervinientes.

CE1.4 A partir de la audición de un discurso oral entre varios interlocutores conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para una operación comercial, exportación e importación, definida con un país distinto del propio:

- Interpretar con precisión el significado de los datos más relevantes para la operación.
- Interpretar la información contextual y no verbal con coherencia al discurso de los interlocutores.
- Resumir los argumentos e información relevante para la ejecución de la operación.

cve: BOE-A-2011-19501

C2: Interpretar los datos e información específica de distintos documentos, informes comerciales y fuentes de información de comercio internacional escritos en lengua extranjera, distinta del inglés, extrayendo la información relevante para una exportación y/o importación de bienes/servicios.

CE2.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes técnicos y el léxico habitual en los documentos comerciales habituales: documentos aduaneros, facturas, órdenes de pedido y contratos de compraventa internacional, entre otros.

CE2.2 A partir de una tabla con datos en inglés de tipo económico y financiero: tipos de interés, tipos de cambio, u otras variables cuantitativas propias de informes comerciales y estudios de mercados internacionales, es capaz de interpretar el significado de cada término.

CE2.3 Dado un texto informativo en lengua extranjera distinta del inglés en el ámbito comercial conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para las operaciones comerciales o entrada en mercados internacionales puede interpretar con precisión su significado.

CE2.4 Dado un fax, correo electrónico o mensajes escritos con abreviaturas y jerga habitual en operaciones de comercio internacional, sabe extraer la información y datos relevantes para la ejecución de la operación.

CE2.5 A partir de supuestos de documentos: informes y/o cartas comerciales en diferentes situaciones comerciales preventa, venta o postventa, es capaz de interpretar con exactitud el objeto del documento y, en caso de desconocer términos específicos, deducir su significado del contexto y usos habituales de comercio internacional.

CE2.6 A partir de distintos documentos normalizados a nivel internacional para la ejecución de una operación de comercio internacional según la Cámara de Comercio internacional: un contrato de compraventa internacional y un crédito documentario y/o una carta comercial solicitando productos u orden de pedido sabe interpretar con exactitud los términos que contienen diferenciando al menos:

- Sujetos o partes involucrados.
- Objeto del documento.
- Condiciones de ejecución.
- Y otros aspectos técnicos del documento.

C3 Producir mensajes orales complejos en una lengua distinta del inglés con fluidez, detalle y claridad, en situaciones-tipo del comercio internacional.

CE3.1 Pronunciar la terminología específica del comercio internacional utilizando la fonética precisa y diferenciando los términos que pueden dar lugar a confusión por su similitud fonética.

CE3.2 Identificar las expresiones orales y jergas habituales en reuniones de trabajo, presentaciones comerciales de productos, utilizando registros formales e informales, según los distintos contextos profesionales: pedidos de productos, demostraciones y/o reclamaciones entre otros.

CE3.3 Explicar las fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo utilizadas habitualmente en saludos, presentaciones y despedidas con clientes/proveedores internacionales.

CE3.4 Dada una situación supuesta de venta/compra internacional a un cliente/proveedor, es capaz de identificar y aplicar estructuras para expresar interés, opiniones, sorpresa, negación, confirmación, e indignación.

CE3.5 Producir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos y registros para captar la atención de los interlocutores.

CE3.6 A partir de la simulación de una visita de clientes con fines comerciales para la exportación/importación de un producto claramente definido, sabe preparar una presentación de al menos 10 minutos considerando al menos:

- Identificación o presentación individual ante los clientes utilizando pautas de cortesía habituales en presentaciones comerciales o negocios internacionales.

cve: BOE-A-2011-19501

– Descripción detallada de las características del producto y características de la operación propuesta.
– Información sobre la empresa, cultura, organigrama, actividad, productos y servicios utilizando de manera apropiada el léxico técnico utilizado en el entorno profesional.
– Despedida y agradecimientos pertinentes.

CE3.7 A partir de la simulación de una grabación en un contestador automático de mensajes es capaz de utilizar las fórmulas orales habituales en:
– La identificación propia y del interlocutor utilizando las normas y pautas de cortesía habituales.
– La solicitud de pedidos de productos especificando las cantidades, características técnicas/colores según el producto/servicio y precios en distintas unidades de peso, medida o divisas.
– La solicitud de información detallada de las condiciones de la operación: transporte y horario de llegada/salida entre otras.
– La respuesta a los requerimientos utilizando las normas de cortesía habituales.
– La despedida utilizando las fórmulas y pautas habituales.

C4: Interactuar oralmente, en una lengua distinta del inglés, con fluidez y espontaneidad, con uno y al menos dos interlocutores, manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de comercio internacional: visitas a ferias, gestiones y negociación de operaciones con clientes/ proveedores.

CE4.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo en saludos, presentaciones, despedidas y costumbres socioprofesionales y de jerarquía adecuadas a la cultura del interlocutor/es diferenciando al menos cuatro países/ grupos diferentes: árabe, oriental, africana, europea, norteamericana entre otros en la comunicación verbal y lenguaje corporal que lo acompañe.

CE4.2 Diferenciar las normas de protocolo y costumbres socioprofesionales habituales para adaptar la comunicación e imagen corporativa a la del interlocutor.

CE4.3 Diferenciar los tonos o acentos más habituales y las estructuras utilizadas en el lenguaje oral formal e informal en los negocios internacionales diferenciando las fórmulas británicas y americanas.

CE4.4 Dada una supuesta visita a/de clientes/proveedores en la empresa:
– Recibir y/o presentar al visitante utilizando con corrección las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía identificadas.
– Justificar posibles retrasos o ausencias de forma correcta.
– Conversar con naturalidad contestando con espontaneidad sobre los aspectos relativos a la empresa, organización interna, productos, agentes u otros asegurándose adecuadamente de su comprensión por parte de los interlocutores utilizando las fórmulas y jerga habitual en los negocios y relaciones interempresariales.

Contenidos

1. **Gestión de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés**
   – Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:
     ▫ Vocabulario y expresiones en la operativa de los distintos destinos aduaneros.
     ▫ Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales con otros operadores.
   – Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
     ▫ Condiciones de contratación y financiación.

cve: BOE-A-2011-19501

- Tarifas y precios.
- Modos de pago.
- Prórrogas.
- Descuentos.

– Léxico y fonética de las condiciones de entrega:
- Incoterms.
- Plazos de entrega.
- Condiciones de transporte.
- Incumplimientos, anomalías y siniestros

2. Presentaciones comerciales en lengua extranjera, distinta del inglés

– Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en lengua extranjera distinta del inglés.
- Fórmulas de marcadores conversacionales: saludo, presentación, despedida, ayuda, interacción.
- Argumentación comercial y características de los productos.
- Conclusiones, despedida y cierre de las presentaciones comerciales.

– Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
- Elaboración de guiones para la presentación de empresas, productos y/o servicios en ferias, visitas y cartas.

– Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.
- Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
- Entonación y puntuación discursiva básica.

3. Negociación de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés.

– Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.

– Interacción entre las partes de una negociación comercial
- Presentación inicial de posiciones.
- Argumentos.
- Preferencias.
- Comparaciones.
- Estrategias de negociación.
- Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.

– Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
- Mostrar duda, acuerdo y desacuerdo.
- Contradecir en parte.
- Clarificar las opiniones y reformular.
- Expresar contraste y clasificar.

– Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.

– Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.
- Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
- Entonación y puntuación discursiva básica.

4. Contexto socioprofesional de las operaciones comercio internacional

– Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.

– Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
- Registro formal, neutral e informal.
- Relaciones profesionales en distinto grado de formalidad.
- Relaciones con la autoridad y la administración.

cve: BOE-A-2011-19501

- Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
  - Convenciones sociales: Tabúes relativos al comportamiento.
  - Fórmulas de cortesía y tratamiento de uso frecuente.
  - Convenciones en la conversación y visitas comerciales: puntualidad, ofrecimientos de comida, tiempo de estancia, expresión de expectativas como anfitrión.
  - Comportamiento ritual: celebraciones y actos conmemorativos.
- Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
- Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
  - El saludo.
  - La posición del cuerpo y las extremidades.
  - La mirada.
  - Las diferencias de género.
  - Proximidad física y esfera personal.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: DOCUMENTACIÓN EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS, PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1786

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP4.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Redactar y cumplimentar informes, cartas, acuerdos/contratos de comercio internacional u otros documentos habituales en comercio internacional, en una lengua distinta del inglés, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE1.1 Identificar la estructura y fórmulas habituales utilizadas en los documentos comerciales considerando al menos:
- Contratos de compraventa internacional.
- Facturas, albaranes y órdenes de pedido.
- Documentos aduaneros habituales y de, por ejemplo, liquidación de aranceles entre otros.

CE1.2 Definir la estructura de las cartas comerciales utilizadas habitualmente en procesos de comunicación escrita con clientes/proveedores de servicio internacionales

CE1.3 A partir de distintos supuestos de operaciones de comercio internacional suficientemente caracterizados, sabe redactar cartas comerciales utilizando la terminología propia de las cartas comerciales en una lengua distinta del inglés incluyendo:
- Demandas de información.
- Precio y condiciones de venta como descuentos y recargos.
- Rectificaciones y/o anulaciones de operaciones.
- Ofertas de productos y/o servicios.
- Condiciones especificas del comercio internacional.
- Responsabilidad de cada parte en las condiciones de transporte y seguros.

CE1.4 A partir de una operación comercial suficientemente caracterizada puede redactar con sencillez y exactitud, utilizando las abreviaturas habituales, documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos, mensajes y/o notas informativas de la operación, informando de distintas situaciones propias de la

cve: BOE-A-2011-19501

operativa del comercio internacional: llegada/salida de mercancías, cobros y pagos y devoluciones entre otras.

CE1.5 A partir de distintos contextos de una operación de comercio internacional, visita comercial, asistencia a ferias internacionales, reuniones de negociación, conferencias u otros, es capaz de redactar el informe comercial del evento/acto comercial.

CE1.6 A partir de la documentación aduanera escrita en inglés y sin cumplimentar de una operación específica de comercio internacional claramente definida sabe cumplimentarla considerando:

– El tipo de información solicitada en cada apartado.
– Las abreviaturas, usos o expresiones habituales al ámbito profesional de uso del documento.

CE1.7 A partir de la simulación de una operación de comercio exterior claramente definida:

– Redactar con claridad y exactitud todos los documentos de la operación: pedido, factura, contrato/acuerdo de compraventa internacional aplicando la estructura y terminología específica.
– Utilizar las expresiones idiomáticas y jergas específicas propias del comercio internacional.

Contenidos

1. **Documentación de gestión comercial en lengua extranjera, distinta del inglés**
   - Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
   - Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
     - Modelos en inglés de acuerdos comerciales entre empresas.
     - Modelos en inglés de contratos de compraventa
   - Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
     - Abreviaturas.
     - Interpretación de modelos de facturas.
   - Documentación financiera y de medios de pago habituales.
     - Interpretación de los documentos y terminología en los medios de pago e instrumentos financieros en lengua extranjera.
   - Pólizas de seguros de exportación/importación.
     - Modelos de pólizas: terminología.
   - Informes comerciales
     - Fórmulas habituales en los informes.
   - Otros documentos comerciales en lengua extranjera.
     - Hojas de pedido.
     - Albarán.
     - Orden de compra.

2. **Redacción en lengua extranjera, distinta del inglés, de informes y correspondencia comercial**
   - Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
   - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
   - Reclamaciones:
     - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, retrasos u otra casuística propia del comercio internacional.
     - Respuesta a las reclamaciones.
   - Prorroga:
     - Solicitud
     - Respuestas.
   - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
   - Faxes.

cve: BOE-A-2011-19501

– Correos electrónicos:
  ▫ Abreviaturas.

3. **Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales**
– Fuentes de información aduanera en lengua extranjera: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
– Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros:
  ▫ Documentos aduaneros en lengua extranjera.
  ▫ Documentos aduaneros de terceros países: China, Rusia, u otros países con relaciones comerciales.
– Documentación de operaciones intracomunitarias en lengua extranjera, distinta del inglés.
– Liquidación de impuestos:
  ▫ Modelos.
  ▫ Terminología fiscal en inglés.
– Certificaciones y homologaciones internacionales:
  ▫ Modelos.
  ▫ Terminología en lengua extranjera, distinta del inglés

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 - UF1785	90	60
Unidad formativa 2 - UF1786	30	20

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Código: MP0378

Duración: 40 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Participar en la elaboración de documentos y en el tratamiento y archivo de la información, relativos a la planificación y operativa de la actividad comercial internacional.

CE1.1 Analizar y seleccionar las distintas fuentes de información internas y externas necesarias para la organización, en función de su disponibilidad, utilidad y facilidad de acceso.

CE1.2 Incorporar y registrar los datos obtenidos con corrección y ausencia de inexactitudes, a través de las aplicaciones informática específicas y, de acuerdo con el diseño y formato establecidos en la organización.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.3 Colaborar en la elaboración de una base de datos que recoja la información relevante sobre precios, productos, distribución y comunicación propios en mercados internacionales y de la competencia.
CE1.4 Aplicar los sistemas de archivo establecidos en el departamento a toda la documentación originada en las operaciones de compraventa.
CE1.5 Mantener al día la actualización de los datos de clientes y proveedores en los sistemas de archivos.
CE1.6 Mantener la seguridad, confidencialidad y restricción en el acceso a la información y documentación creada y almacenada electrónicamente, respetando los derechos de autor de los contenidos.

C2 Efectuar las actividades de apoyo necesarias para la planificación estratégica y la gestión de las operaciones comerciales en el ámbito internacional.
CE2.1 Buscar los modelos de contratos correspondientes a estas operaciones, adaptando estos modelos al caso concreto de la operación y participar en la cumplimentación de los mismos.
CE2.2 Identificar la normativa aplicable a la contratación y las cláusulas del contrato de compraventa.
CE2.3 Informarse de las características de los proveedores y clientes que definen los segmentos de mercado en los que actúa la empresa.
CE2.4 Solicitar a los proveedores ofertas y condiciones, a través de los diferentes medios que permiten las tecnologías de la información y la comunicación.
CE2.5 Calcular los costes totales de cada una de las ofertas recibidas y elaborar un informe comparativo.
CE2.6 Aplicar las normas de la empresa en todos los contactos que se establezcan con clientes y proveedores
CE2.7 Practicar las actitudes de escucha activa y empatía en el trato con clientes y proveedores
CE2.8 Controlar si los pedidos recibidos se corresponden con las condiciones pactadas en la compra y, en su caso, proponer soluciones para subsanar las anomalías.
CE2.9 Mantener contacto, posterior a la venta, con los clientes para controlar el cumplimiento de las condiciones de venta.

C3 Realizar trabajos de investigación comercial y tareas de colaboración en la ejecución del plan de marketing.
CE3.1 Colaborar en la elaboración de briefing.
CE3.2 Informarse sobre los objetivos del marketing, a partir de la documentación del departamento de marketing y de las reuniones de trabajo en que participe.
CE3.3 Relacionar los objetivos del plan de marketing con las variables socioeconómicas del entorno: características del segmento de mercado, elasticidad de la demanda, situación actual y otras.
CE3.4 Elaborar un cuadro comparativo con los puntos fuertes y débiles en relación con la competencia.
CE3.5 Calcular tendencias de costes, ventas y beneficios.
CE3.6 Colaborar en los sistemas de venta y distribución previstos en el plan de marketing.
CE3.7 Colaborar en la recogida de información necesaria para establecer las políticas de marketing.
CE3.8 Informarse sobre los objetivos de marketing, a partir de la documentación del departamento de marketing y de las reuniones de trabajo en las que se participe.
CE3.9 Recoger información aplicando los procedimientos adecuados y a través de las fuentes de información precisas, para analizar la eficacia del plan de marketing.

cve: BOE-A-2011-19501

C4 Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE4.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE4.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE4.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE4.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE4.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE4.6 Mantener el área de trabajo con el grado apropiado de orden y limpieza.

CE4.7 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. Actividades de apoyo al plan de marketing y a la investigación comercial.

– Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial internacional.
– Elaborar la información de base relevante para el establecimiento de las políticas de marketing.
– Aplicar correctamente técnicas cuantitativas y cualitativas de recogida de información de fuentes primarias y secundarias en el proceso de obtención de información.
– Identificar los objetivos del plan de marketing internacional.
– Recoger información aplicando los procedimientos adecuados y a través de las fuentes de información precisas, para analizar el efecto del plan implantado en el mercado de referencia.

2. Actividades de apoyo administrativo y gestión de las operaciones de comercio internacional.

– Búsqueda y cumplimentación de contratos y modelos de documentos, adaptando estos modelos al caso concreto de la empresa u organización.
– Análisis de normativa contractual y clausulado del contrato de compraventa.
– Actualización de la normativa, y documentación necesarios para realizar la negociación y compraventa internacional.
– Identificar el segmento de mercado de proveedores y clientes de la empresa y sus características.
– Gestión de las operaciones de compraventa de productos y/o servicios.
– Identificar el segmento de mercado de proveedores y clientes y de las empresas y sus características.
– Obtener información precisa sobre ofertas de proveedores.
– Comportarse correctamente y de forma amable en el trato con los clientes y proveedores.
– Interpretar y cumplir con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

3. Utilización de medios informáticos para buscar información y elaborar documentos.

– Búsqueda de información, -Internet, archivos, prensa- e incorporación de forma organizada a través de aplicaciones informáticas.
– Utilización de ficheros de clientes/proveedores. Técnicas de clasificación, codificación y archivo.
– Mantenimiento de la seguridad, confidencialidad y restricción de acceso a la documentación.

cve: BOE-A-2011-19501

– Utilizar las bases de datos disponibles para acceder, archivar y actualizar la información disponible en el sistema de información de mercados.
– Utilizar los programas informáticos y medios audiovisuales disponibles para realizar presentaciones.
– Utilizar los programas informáticos disponibles para el tratamiento y análisis estadístico de la información.

4. Integración y comunicación en el centro de trabajo.
– Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
– Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
– Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
– Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
– Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
– Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
– Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

II. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF1007_3: Sistemas de información de mercados	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años
MF1008_3: Marketing-mix internacional	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años
MF1009_3: Negociación y compraventa internacional	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional.	2 años

cve: BOE-A-2011-19501

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF1010_3: Inglés profesional para comercio internacional	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua inglesa o título de grado equivalente. • Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua inglesa o titulación equivalente. • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de inglés como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos. • Titulación universitaria cursada en un país de habla inglesa, en su caso, con la correspondiente homologación.	2 años
MF1011_3: Lengua extranjera profesional, distinta del inglés, para comercio internacional	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua extranjera correspondiente o título de grado equivalente. • Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en la lengua extranjera correspondiente o titulación equivalente. • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de la lengua extranjera correspondiente como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos. • Titulación universitaria cursada en un país de habla de la lengua extranjera correspondiente, en su caso, con la correspondiente homologación.	2 años

cve: BOE-A-2011-19501

III. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m² 15 alumnos	Superficie m² 25 alumnos
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	X	X	X	X

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas	– Equipos audiovisuales. – PCs instalados en red, cañón con proyección e internet. – Sofware específico de la especialidad. – Pizarras para escribir con rotulador. – Rotafolios. – Material de aula. – Mesa y silla para el formador. – Mesa y sillas para alumnos. – 1 Proyector. – Programas informáticos para el aprendizaje de un idioma. – Reproductores y grabadores de sonido. – Diccionarios bilingües.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

ANEXO IV

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO.

Código: COMT0110

Familia profesional: Comercio y Marketing.

Área profesional: Compraventa.

Nivel de cualificación profesional: 3

cve: BOE-A-2011-19501

Cualificación profesional de referencia:

COM087_3 Atención al cliente, consumidor o usuario (RD 295/2004 y modificaciones publicadas en RD109/2008 de 1 de febrero).

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.
UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario.
UC0246_3: Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.
UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

Competencia general:

Gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

Entorno profesional:

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad en todos los sectores productivos en el área de información y orientación al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en departamentos de atención al cliente.

Sectores productivos:

Los principales subsectores donde puede desarrollar su actividad son:
-Sector Privado:
Asociaciones de consumidores, cooperativas de consumo, empresas industriales, empresas de servicios, empresas comerciales.
- Sector Público:
Administración Central, Autonómica y Local.
En general, en organismos públicos y empresas grandes y medianas industriales y comerciales dentro del departamento de atención al consumidor/ cliente de bienes y servicios.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

4411.1018 Encargados/as del área de atención al cliente en comercios.
4500.1019 Empleados/as administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes
3160.1018 Técnicos/as en consumo
Técnico/a de información/atención al cliente en empresas.
Técnico/a en consumo de las oficinas de información al consumidor de las Administraciones Públicas.
Técnico/a en consumo en los organismos públicos y privados de defensa de los consumidores.
Técnico/a en consumo de las cooperativas de consumo.

cve: BOE-A-2011-19501

Duración de la formación asociada: 460 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF0241_2: (Transversal) Información y atención al cliente/consumidor/usuario (120 horas)
- UF0036: Gestión de la atención al cliente / consumidor (60 horas)
- UF0037: Técnicas de información y atención al cliente / consumidor (60 horas)

MF0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo (90 horas)
MF0246_3: Organización de un sistema de información de consumo (120 horas)
- UF1755: Sistemas de información y bases de datos en consumo (60 horas)
- UF1756: Documentación e informes en consumo (60 horas)

MF1002_2: (Transversal) Inglés profesional para actividades comerciales (90 horas)

MP0374: Módulo de prácticas profesionales no laborales de atención al cliente, consumidor o usuario (40 horas)

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Denominación: EJECUTAR LAS ACCIONES DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO

Nivel: 2

Código: UC0241_2

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Proporcionar directa, telefónicamente o por medios electrónicos, la información requerida por el cliente/consumidor/usuario en cada una de las consultas realizadas, de acuerdo con el contexto específico de que se trate.

CR1.1 En el saludo al cliente se aplican fórmulas de cortesía, se atiende al tratamiento protocolario y se respetan las normas internas de atención al cliente en función del canal de comunicación empleado.

CR1.2 Los datos personales del cliente se solicitan para acceder, en su caso, a la información disponible sobre el mismo en la herramienta de gestión de relación con clientes (CRM).

CR1.3 Ante una petición de información, se solicita al interlocutor el tiempo preciso para poder otorgar la respuesta correcta si ésta no se conociera, evitándose las esperas innecesarias.

CR1.4 Del interlocutor se recaba la suficiente información que permita gestionar personalmente la petición que realiza, o canalizar ésta al departamento correspondiente.

CR1.5 La información que se ha de otorgar al interlocutor se recaba acudiendo a las herramientas de soporte al Servicio de Atención al Cliente (manuales, Intranet u otras), al superior, al departamento correspondiente u otras fuentes, de forma ágil y demostrando seguridad.

CR1.6 Al cliente se asesora con claridad y exactitud, empleando las herramientas de comunicación *on line/off line*, si estuvieran disponibles.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.7 La información se proporciona al interlocutor con inmediatez y otorgando las explicaciones precisas para se interprete correctamente el mensaje.
CR1.8 La información es proporcionada demostrando habilidades en comunicación (escucha activa, *feed back*, claridad, concreción u otras).
CR1.9 Las normas de seguridad y confidencialidad se respetan en todas las comunicaciones.

RP2: Gestionar un sistema de información que optimice el coste y tiempo de tratamiento y acceso a la misma de acuerdo con las especificaciones establecidas.
CR2.1 Se cumplimentan los formularios de registro de entradas de información con las reseñas que se consideran mínimas para identificar las características esenciales de la consulta: nº de registro, fecha de entrada, nombre del cliente y asunto, utilizando, en su caso, de las herramientas de gestión de la relación con el cliente (CRM).
CR2.2 Todas las consultas, peticiones, incidencias, respuestas y reclamaciones se registran manualmente o por procedimientos informáticos aplicando técnicas de archivo, organizándolas por orden de entrada para atender a las mismas, por orden cronológico y/o por otros criterios establecidos.
CR2.3 Del sistema de información definido se verifica que cumple con los requerimientos informativos establecidos por el departamento.
CR2.4 Las actuaciones de gestión del sistema de información se definen integrándose y adaptándose a un equipo, colaborando o cumpliendo las órdenes según los casos.
CR2.5 Los métodos de búsqueda en archivos propios y en la red y las consultas internas o externas de bases de datos son aplicados con eficiencia.
CR2.6 Las bases de datos de la empresa se actualizan de acuerdo con lo establecido y respetando la legislación referente a la protección de datos y a las normas internas.
CR2.7 La permanencia de la información se asegura mediante copia en disco de seguridad y respetando las normas de conservación de los soportes.
CR2.8 Las herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) se manejan de acuerdo con las especificaciones recibidas.

RP3: Intervenir en el proceso de gestión de la calidad del servicio prestado por la empresa, analizando necesidades y grado de satisfacción de las misma.
CR3.1 Los defectos detectados en productos / servicios se transmiten al departamento correspondiente para mejorar su calidad.
CR3.2 La información registrada y archivada (consultas, peticiones, incidencias y reclamaciones) se compara con las necesidades de los clientes para detectar posibles modificaciones en el nivel de servicio prestado.
CR3.3 Las propuestas y conclusiones se presentan a través de informes, sobre la satisfacción de los clientes y sus necesidades, sugiriendo medidas que puedan optimizar la calidad del servicio prestado utilizando, en su caso, las herramientas informáticas para realizar presentaciones.
CR3.4 Las actuaciones de gestión de la calidad del servicio se definen integrándose y adaptándose a un equipo, colaborando o cumpliendo las órdenes según los casos.

Contexto profesional
Medios de producción
Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.
Programas (entornos de usuario): procesadores de texto, bases de datos, hojas de cálculo, programas de gestión de relación con clientes (CRM). Navegadores de

cve: BOE-A-2011-19501

Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Equipos de videoconferencia. Fax.
Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información.

Productos y resultados
Comunicaciones fluidas tanto internas como externas. Transmisión óptima de la imagen de la empresa/organización. Información y asesoramiento a los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Aplicación correcta del protocolo e interpretación de mensajes orales y escritos. Desarrollo y aplicación de habilidades sociales y de comunicación. Bases de datos y documentos en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. Control de calidad del servicio prestado.

Información utilizada o generada
Publicaciones, bases de datos, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Organigramas de la empresa. Información técnica y de uso o consumo del producto o servicio que se comercializa. Ley Orgánica de protección de datos. Ley de servicios de la sociedad de la información. Ley de Condiciones Generales de la Contratación. Revistas especializadas. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Información de organismos oficiales (Cámaras de Comercio, Asociaciones...). Medios de comunicación. Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios. Leyes autonómicas de protección al consumidor.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Denominación: GESTIONAR LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO

Nivel: 3

Código: UC0245_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Identificar adecuadamente la consulta, queja o reclamación del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo para deducir líneas de actuación.

CR1.1 Al iniciar la relación presencial, telefónica o telemática, con el cliente/consumidor/usuario, se identifica de forma adecuada
(identificación personal y de la empresa).

CR1.2 La actitud que se adopta es correcta: modos amables, interés por el interlocutor y su petición.

CR1.3 La petición se atiende con diligencia.

CR1.4 Los hechos se ordenan cronológicamente y se determinan las partes intervinientes, obteniendo una idea general del objeto de la consulta, queja o reclamación.

CR1.5 En los aspectos puntuales del relato se identifican y valoran los siguientes elementos, concretando el contexto que rodea la situación expuesta por el solicitante:

– Las lagunas existentes.
– Los criterios y elementos subjetivos del mismo introducidos por el cliente/consumidor o usuario.
– El objetivo del consumidor detectando si desea información o presentar denuncia/reclamación.

CR1.6 Para la adopción de las medidas que se requieran en el procedimiento establecido, se deduce si la respuesta puede ser inmediata, aplazada o si es conveniente que el consumidor presente denuncia o reclamación.

cve: BOE-A-2011-19501

RP2: Informar/orientar al consumidor de los derechos y posibles mecanismos y/o soluciones de mediación/arbitraje, a su nivel, en relación con el problema/consulta planteado de acuerdo con especificaciones establecidas y la normativa vigente.

CR2.1 Cuando las consultas son complejas y requieren la búsqueda de información/solución, se posponen las respuestas aplicando un criterio de prudencia y adoptando una actitud correcta.

CR2.2 En la cumplimentación de las hojas de reclamaciones se orienta al consumidor/usuario para que exprese claramente su problema.

CR2.3 En la información que se suministra al consumidor, se especifican adecuadamente, los mecanismos de mediación/arbitraje y los documentos necesarios que ha de presentar para la tramitación y verificación del fundamento de la reclamación/consulta (facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos, etc...).

CR2.4 Ante la consulta planteada se identifica la fuente de información más fiable y se obtienen los datos necesarios por medios convencionales o electrónicos, cumpliendo los procedimientos establecidos, para su resolución.

CR2.5 La respuesta a la consulta planteada se elabora, en su caso, describiendo clara y ordenadamente posibles situaciones y vías de actuación.

CR2.6 La solución a la consulta planteada se transmite al cliente/consumidor/usuario mediante cita, correo postal, teléfono o a través de medios electrónicos, en tiempo y forma establecidos.

RP3: Tramitar quejas y reclamaciones hacia los departamentos de empresa y/o entidades y organismos correspondientes, de modo que el objetivo o interés del consumidor en la resolución del conflicto sea satisfecho.

CR3.1 En la ejecución del plan de actuación previamente establecido por la empresa/organización se determinan las prioridades de forma conjunta con el equipo profesional, en función de la complejidad del problema y de acuerdo con las pautas establecidas.

CR3.2 Los departamentos de empresa, organismos, instituciones y/o instancias con competencias para resolver el problema se identifican adecuadamente.

CR3.3 Las reclamaciones se presentan en tiempo, forma y contenido siguiendo el procedimiento administrativo establecido por la ley y/o, en su caso, por la organización y/o empresa, utilizando medios convencionales o electrónicos.

CR3.4 La recepción correcta y tratamiento de la reclamación, se verifican con el departamento de empresa / organismo ante la que se ha presentado.

RP 4: Controlar el proceso de reclamación para detectar anomalías o retrasos.

CR4.1 El seguimiento de la reclamación tramitada ante organismos/empresas se realiza obteniendo información de la fase en que se encuentra y adoptando, en su caso, medidas en el momento preciso.

CR4.2 De las respuestas se verifica que llegan en forma y plazo establecidos.

CR4.3 A su nivel, se informa/orienta al reclamante de cada actuación y resultado obtenido, ya sea de forma oral, y/o escrita, y/o por medios electrónicos, señalando las posibles opciones a decidir por parte del cliente/consumidor/usuario.

CR4.4 La información recogida se organiza y procesa, aplicando técnicas de archivo, técnicas estadísticas y en su caso, de tratamiento informático de la información para facilitar el análisis posterior de los datos.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet.

cve: BOE-A-2011-19501

Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con clientes (CRM). Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea.
Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Productos y resultados
Información y asesoramiento en materia de consumo a los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Asesoramiento de reclamaciones y denuncias de los clientes, consumidores y usuarios de bienes y servicios. Principales causas de quejas o reclamaciones.

Información utilizada o generada
Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, información, denuncias y quejas. Legislación específica en consumo. Ley de procedimiento administrativo. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos). Listado e información sobre organismos e instituciones competentes en materia de consumo. Legislación/ información específica en comercio y/o aplicable a su sector de actividad.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Denominación: OBTENER, ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE CONSUMO

Nivel: 3

Código: UC0246_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Obtener la información/documentación que afecta al cliente/consumidor/usuario, asegurando su fiabilidad y de acuerdo con el presupuesto establecido.

CR1.1 Entre las principales fuentes de información y documentación se identifican las principales y más fiables (Boletines oficiales, investigaciones y estudios, libros y revistas especializadas, bases de datos de la empresa, administración pública y asociaciones de consumidores, estadísticas de consultas y reclamaciones de la empresa, administración y asociaciones de consumidores, otros organismos públicos y privados, medios de comunicación en general, e Internet), y se accede a ellas respetando los procedimientos establecidos.

CR1.2 La información/documentación necesaria se identifica correctamente de forma que se disponga de un archivo documental que trate ampliamente de los temas esenciales relacionados con el consumo y los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos.

CR1.3 Las fuentes de información/documentación se seleccionan en función de la relación coste/rendimiento idóneo y ajustándose al presupuesto y posibilidades de acceso a las mismas de la empresa y/u organismo.

CR1.4 De las posibles técnicas de recogida de información se aplican aquellas que aseguran la veracidad de los datos.

CR1.5 La detección de las tendencias y posibles situaciones de alerta se realizan con rapidez comunicándose las mismas a los departamentos de empresa y/u organismos competentes.

RP2: Procesar la información procedente de fuentes internas y externas a la organización, aplicando los métodos de organización y tratamiento que se adapten a

cve: BOE-A-2011-19501

las necesidades del departamento con la finalidad de obtener datos para mejorar la calidad del servicio.

CR2.1 Cada documento se cataloga basándose en los criterios establecidos por la organización aplicando las técnicas precisas para facilitar la localización del mismo.

CR2.2 El documento se archiva aplicando técnicas manuales o informáticas en función de la utilización que se le va a dar, del destinatario y del tiempo que se va a conservar.

CR2.3 El fichero de datos personales de los usuarios de los servicios de la organización se confecciona clasificándolos por el tipo de demanda y el sector concreto, respetando la legislación aplicable y asegurando un fácil acceso a la misma.

CR2.4 La estadística con los datos disponibles se confecciona, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización.

CR2.5 Las fuentes de información y las bases documentales propias se actualizan de forma periódica, identificando la información reciente en materia de consumo y complementando/modificando anteriores registros.

CR2.6 Los programas informáticos adecuados en función del tipo de necesidad de tratamiento de la información requerido se utilizan eficientemente.

RP3: Atender en tiempo y forma las demandas internas y externas de información específica en materia de consumo.

CR3.1 La información necesaria para la elaboración de los documentos informativos se obtiene, accediendo a fuentes internas y externas aplicando el procedimiento establecido y seleccionando aquella que sea más significativa de acuerdo con el objetivo.

CR3.2 La información que contienen los documentos elaborados se estructura de manera ordenada y homogénea y se redacta de forma clara y concisa, especificando fuente y fecha.

CR3.3 En los períodos establecidos, y de acuerdo con sistemas definidos, se elabora el boletín (de prensa, corporativo y otros) analizando la información de interés y seleccionando aquella que debe de contextualizar el documento.

CR3.4 El objetivo de la demanda de información (soporte y profundidad) se identifica claramente para organizar el proceso, método y forma de transmitirla más adecuados según criterios previamente establecidos.

CR3.5 El documento informativo se suministra al departamento de empresa/organismo/persona solicitante por el canal más económico, rápido y eficaz, en función de los procedimientos establecidos.

RP4: Aplicar procedimientos para mantener la información con la integridad, disponibilidad y seguridad requeridas.

CR4.1 Las copias de seguridad tanto de los paquetes como de los archivos de trabajo se realizan periódicamente para asegurar la conservación de los ficheros almacenados.

CR4.2 Para facilitar el acceso a la información almacenada se utiliza un procedimiento que permita asegurar su integridad y su obtención de la manera más rápida y eficaz posible.

RP5: Asegurar el óptimo funcionamiento del Sistema de Información establecido para su eficaz utilización por el equipo de trabajo.

CR5.1 De los procedimientos y métodos de organización de la información se comprueba que se adaptan a la incorporación de nuevas tecnologías y necesidades de la empresa/organismo.

CR5.2 Los nuevos sistemas de organización y tratamiento de la información, susceptibles de aplicación para el desarrollo de la actividad se identifican

cve: BOE-A-2011-19501

valorando ventajas adicionales al sistema establecido e inconvenientes, proponiendo en su caso la incorporación de los mismos.
CR5.3 Las nuevas fuentes de información y documentación se identifican con el objeto de ampliar y actualizar el archivo documental de consumo.
CR5.4 La actualización de la normativa en materia de consumo se verifica, comprobando los registros efectuados.
CR5.5 Sobre la información solicitada se controla que se transmite en tiempo y forma.

Contexto profesional

Medios de producción
Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet.
Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con clientes. Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea.
Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Productos y resultados
Bases de datos y documentación en materia de consumo. Boletines informativos de consumo.

Información utilizada o generada
Publicaciones, bases de datos, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Reclamaciones, denuncias y consultas de los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Legislación. Estudios sobre consumo. Estudios y publicaciones sectoriales. Estudios y publicaciones sobre productos/servicios.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

Denominación: COMUNICARSE EN INGLÉS CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE, EN ACTIVIDADES COMERCIALES

Nivel: 2

Código: UC1002_2

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información oral en inglés para atender y satisfacer las necesidades/reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.
CR1.1 Las necesidades del cliente se interpretan de conversaciones y entrevistas, presenciales o a distancia, en lenguaje estándar contrastando la información recibida con el cliente/consumidor/usuario.
CR1.2 Los detalles relevantes para la satisfacción de las necesidades del cliente/consumidor/usuario: características del producto, precio, condiciones de pago y transporte se extraen de manera suficiente, requiriendo, en su caso, las aclaraciones necesarias para su completa comprensión.
CR1.3 Las instrucciones orales, en lengua estándar, de uso de productos o trabajo, claras y breves se interpretan con facilidad.
CR1.4 La información relevante, en una reclamación comercial oral, se interpreta con facilidad para canalizar su resolución a su nivel de responsabilidad.

cve: BOE-A-2011-19501

RP2: Interpretar información escrita, breve y estructurada, de documentos comerciales básicos, utilizando en caso necesario, el diccionario o herramientas de traducción.

CR2.1 Los datos e información de documentos comerciales básicos, pedidos, facturas y/o medios de pago entre otros, se interpretan de manera suficiente para atender y satisfacer al cliente/consumidor/usuario buscando en el diccionario los términos desconocidos para su completa comprensión.

CR2.2 Los textos, breves y estructurados, de normativa de comercio y consumo, uso de productos o trabajo se interpretan con facilidad requiriendo, en caso necesario, pequeñas consultas o aclaraciones para su completa comprensión.

CR2.3 Las líneas argumentales y puntos esenciales de artículos, textos y/o correspondencia comercial relativas a la actividad comercial se extraen con facilidad, tras una lectura rápida.

CR2.4 La información contenida en argumentarios -tipo de venta/atención a clientes se interpreta de manera suficiente buscando en el diccionario los términos desconocidos para su completa comprensión.

RP3: Expresarse oralmente con naturalidad favoreciendo las relaciones con el cliente en situaciones de comunicación presencial o a distancia.

CR3.1 El mensaje oral, presencial o a distancia, se realiza de forma cordial, natural y con detalle suficiente para responder a las necesidades del cliente/consumidor/usuario.

CR3.2 El contenido del discurso oral se realiza adecuándolo a las condiciones socioculturales del interlocutor aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 Los mensajes orales se adaptan al canal de comunicación, presencial o a distancia, para garantizar la correcta transmisión del mismo.

CR3.4 Los argumentos u opciones de resolución, en diferentes situaciones profesionales comerciales de venta y/o reclamación se exponen con recursos lingüísticos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y claro

RP4: Redactar mensajes escritos sencillos y documentos básicos propios de las actividades comerciales utilizando las herramientas de traducción que procedan.

CR4.1 La terminología de la documentación comercial básica sencilla se identifican ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica y en caso necesario utilizando las herramientas idóneas para su interpretación.

CR4.2 La documentación básica en las actividades de relación con clientes y consumidores: cartas comerciales, faxes, correos electrónicos, facturas, hojas de reclamaciones y medios de pago se cumplimenta en lenguaje estándar conforme a la terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento.

CR4.3 La correspondencia y mensajes de comunicación escrita se redactan de acuerdo al registro formal e informal y usos habituales en el medio o canal de comunicación utilizado con el cliente o consumidor, *Internet*, correo, *sms* entre otros.

CR4.4 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas se emplea con propiedad en faxes, foros *online*, *chats*, *sms*, entre otros, de forma que se agilice y favorezcan las relaciones con el cliente/consumidor/usuario.

RP5: Comunicarse oralmente, con fluidez y espontaneidad, en situaciones de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor/usuario.

CR5.1 La entrevista/consulta con un cliente/consumidor se realiza con desenvoltura manejando las preguntas y objeciones sin problemas solicitando en caso necesario la ampliación de información necesaria para su comprensión exacta.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.2 Las conversaciones informales de diversa índole tratando experiencias personales, emociones, intereses, acontecimientos de actualidad y otros, se desarrollan con fluidez favoreciendo la interacción con el interlocutor invitándole a participar y amenizando la conversación.
CR5.3 En contextos profesionales de reclamaciones, se interactúa con el cliente o consumidor con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, confirmando y contrastando la información e improvisando preguntas sobre los aspectos necesarios.
CR5.4 El lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales del cliente o consumidor en las comunicaciones orales presenciales, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes.

Contexto profesional

Medios de producción
Redes locales, *intranet e Internet*. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas de entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Material y mobiliario de tienda.

Productos y resultados
Comunicaciones en inglés con clientes. Venta de productos/servicios. Documentación comercial básica en inglés. Cumplimentación de hojas de reclamación en inglés. Resolución de quejas con consumidores angloparlantes. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes o consumidores.

Información utilizada o generada
Documentación comercial. Argumentarios de venta en inglés. Hojas de reclamaciones. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios bilingües, de sinónimos y antónimos.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

Código: MF0241_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

cve: BOE-A-2011-19501

Código: UF0036

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3 en relación a la caracterización del servicio de atención y obtención de información para medir la calidad y satisfacción del cliente.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada.

CE1.1 Identificar el concepto de imagen de la empresa.

CE1.2 Identificar diferentes tipos de organigramas que se utilizan en función de los objetivos y características de la empresa / organización.

CE1.3 A partir de las características analizadas de una empresa y unos criterios definidos previamente por la misma, proceder a confeccionar el organigrama más adecuado para la empresa/organización.

CE1.4 Describir las funciones del departamento de atención al cliente en diferentes tipos de empresas/organizaciones y su función en el proceso de calidad.

CE1.5 A partir de las características de una empresa relacionadas con su clientela, proveedores, posicionamiento y otros aspectos.: distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

C2: Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/ organización.

CE2.1 Describir incidencias más comunes que pueden originarse en la prestación del servicio de una empresa/organización.

CE2.2 Describir métodos utilizados habitualmente para evaluar la calidad del servicio prestado por una empresa / organización.

CE2.3 Identificar condiciones idóneas de la prestación del servicio de la empresa/ organización.

CE2.4 Identificar procedimientos de transmisión de información dentro de la empresa/organización.

CE2.5 A partir de unos datos de clientes y unas necesidades definidas:

– Analizar y sintetizar la información suministrada.
– Confeccionar un informe, de acuerdo a una estructura definida, y de manera que la presentación sea clara, ordenada en su exposición y concisa.

CE2.6 A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado donde se produce un fallo en el producto y/o servicio:

– Identificar el departamento /persona responsable de dar solución a la situación creada en el caso de superar sus límites de actuación.
– Elaborar un informe donde se recojan de manera estructurada y clara la situación detectada, conclusiones y alternativas que puedan suponer una mejora utilizando las herramientas de gestión e informáticas disponibles en la empresa.

Contenidos

1. **Procesos de atención al cliente/consumidor/usuario**
   – Concepto y características de la función de atención al cliente:
      - Empresas fabricantes.
      - Empresas distribuidoras.
      - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
      - El defensor del cliente: pautas y tendencias.

cve: BOE-A-2011-19501

- Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
  - Organización funcional de las empresas: Organigrama
  - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
- Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
  - Naturaleza.
  - Efectos.
  - Normativa: productos y ámbitos regulados.
- El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
  - Marketing relacional.
  - Relaciones con clientes.
  - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
  - Obtención y recogida de información del cliente.
- Variables que influyen en la atención al cliente:
  - Posicionamiento e imagen.
  - Relaciones públicas.
- La información suministrada por el cliente.
  - Análisis comparativo.
  - Naturaleza de la información.
  - Cuestionarios.
  - Satisfacción del cliente.
  - Averías.
  - Reclamaciones.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Servicio Postventa.

2. **Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario**
   - Procesos de calidad en la empresa.
   - Concepto y características de la calidad de servicio.
     - Importancia.
     - Objeto.
     - Calidad y satisfacción del cliente.
   - Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
     - Elementos de control.
     - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
     - Medidas correctoras.

3. **Aspectos legales en relación con la atención al cliente/consumidor/usuario**
   - Ordenación del Comercio Minorista:
     - Contenido
     - Implicaciones en la atención a clientes.
   - Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
     - Contenido.
     - Implicaciones.
   - Protección de Datos:
     - Contenido
     - Implicaciones en las relaciones con clientes.
   - Protección al consumidor:
     - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
     - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/ CONSUMIDOR/USUARIO

Código: UF0037

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3 en relación a la aplicación de sistemas de comunicación y gestión en las relaciones y atención al cliente/consumidor/usuario.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al cliente.

CE1.1 Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
CE1.2 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
CE1.3 Describir las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
CE1.4 Relacionar los errores más habituales que se cometen en la comunicación no verbal.
CE1.5 Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
CE1.6 A partir de la simulación de una situación de atención al cliente, convenientemente caracterizada:

– Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.
– Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte.
– Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

CE1.7 A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:
– Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo/empresa de forma clara y concisa en función de su finalidad.
CE1.8 Dado un tema concreto para exponer:
– Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores
CE1.9 En una supuesta conversación telefónica con un cliente, convenientemente caracterizada:

– Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.
– Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
– Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
– Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.
– Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

cve: BOE-A-2011-19501

CE1.10 En una supuesta consulta recibida por correo electrónico o mensajería instantánea de un cliente se procede a contestar por este medio:

– Identificarse e identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
– Obtener, en su caso, la información histórica del cliente acudiendo a la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM).
– Adaptar su actitud a la consulta recibida, teniendo en cuenta la situación de la que se parte.
Favorecer la comunicación escrita con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas para la correcta contestación de la consulta practicada.
– Registrar la información relativa a la consulta en la herramienta de gestión de la relación con el cliente (CRM), en su caso.

C2: Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas.

CE2.1 Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
CE2.2 Explicar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa/organización.
CE2.3 A partir de datos e información proporcionada aplicar las técnicas de archivo manuales más utilizadas.
CE2.4 A partir de un supuesto práctico y mediante la aplicación de un programa informático para el tratamiento y organización de la información utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.
CE2.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado registrar las incidencias, respuestas y reclamaciones producidas utilizando las herramientas manuales o informáticas proporcionadas.
CE2.6 Diseñar un documento de recogida de información suministrada por los clientes en su relación con una empresa tipo.

C3: Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

CE3.1 Identificar y explicar la función de una base de datos.
CE3.2 Dado un supuesto, identificar los campos que serían necesarios contemplar en una base de datos.
CE3.3 Identificar los aspectos principales en los que inciden, la legislación vigente en relación con la organización de datos de carácter personal (Ley Orgánica de Protección de Datos LOPD, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información LSSI).
CE3.4 Acceder a la información almacenada a través de los procedimientos definidos.
CE3.5 A partir de supuestos prácticos, convenientemente definidos:

– Diseñar una base de datos/ formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes.
– Registrar información en la base de datos utilizando las funciones, procedimientos y herramientas que están a disposición del usuario.
– Cumplimentar formularios.
– Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.

CE3.6 Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

cve: BOE-A-2011-19501

Contenidos

1. **Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor/usuario**
   - Información del cliente:
     - Quejas.
     - Reclamaciones.
     - Cuestionarios de satisfacción.
   - Archivo y registro de la información del cliente:
     - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
     - Elaboración de ficheros.
   - Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
   - Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
     - Estructura y funciones de una base de datos.
     - Tipos de bases de datos.
     - Bases de datos documentales.
     - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
     - Grabación, modificación y borrado de información.
     - Consulta de información.
   - Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
     - Procedimientos de protección de datos.
   - Confección y presentación de informes.

2. **Técnicas de comunicación a clientes/consumidores/usuarios**
   - Modelo de comunicación interpersonal:
     - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
     - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
     - Comunicación presencial y no presencial.
   - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
   - Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
   - Expresión verbal:
     - Calidad de la información.
     - Formas de presentación.
     - Expresión oral: dicción y entonación.
   - Comunicación no verbal
     - Comunicación corporal.
   - Empatía y asertividad:
     - Principios básicos
     - Escucha activa.
   - Comunicación no presencial:
     - Características y tipología.
     - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
     - Expresión verbal a través del teléfono.
     - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
     - Reglas de la comunicación telefónica.
     - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
   - Comunicación escrita:
     - Cartas.
     - Faxes.
     - Correo electrónico: elementos clave.
     - Mensajería instantánea: características.
     - Comunicación en las redes (*Intranet/Internet*).

cve: BOE-A-2011-19501

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 - UF0036	60	60
Unidad formativa 2 - UF0037	60	50

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO

Código: MF0245_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar consultas/quejas/reclamaciones en materia de consumo, obteniendo los datos de fuentes fiables, para deducir líneas de actuación y canalización de las mismas hacia los departamentos de empresa y/o los organismos competentes.

CE1.1 Enumerar las principales instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor y explicar su competencia.

CE1.2 Describir las funciones del departamento de atención al consumidor en empresas industriales y comerciales.

CE1.3 Describir las consultas, quejas y reclamaciones más habituales que presenta un consumidor.

CE1.4 Identificar las fuentes de información más fiables que se utilizan en la función de orientación en consumo.

CE1.5 Identificar los documentos que normalmente se utilizan en la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

CE1.6 A partir de un supuesto práctico de petición de información por un consumidor/usuario en materia de consumo convenientemente caracterizado y con unos procedimientos definidos:

– Interpretar la petición de información.

cve: BOE-A-2011-19501

– Identificar y localizar la información que hay que suministrar.
– Confeccionar correctamente un escrito de respuesta, utilizando, en su caso, medios electrónicos u otros canales de comunicación.

CE1.7 En diferentes supuestos debidamente caracterizados en los que se simulan situaciones de atención al cliente explicitadas en forma de consultas / quejas /reclamaciones:
– Manifestar interés por satisfacer y atender eficazmente la demanda concreta.
– Analizar el comportamiento del cliente/consumidor/usuario y caracterizarlo.
– Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.
– Mostrar rigor en el manejo de fuentes de información y en la elaboración/ cumplimentación de escritos.

CE1.8 Identificar la legislación vigente, los cambios que se producen en el campo legal y las consecuencias derivadas en su aplicación.

C2: Analizar los mecanismos de mediación/arbitraje para la solución de situaciones de conflicto en materia de consumo de acuerdo con la normativa vigente.

CE2.1 Definir el concepto de mediación y el concepto de arbitraje y explicar las diferencias sustanciales entre ambos.

CE2.2 Definir las figuras que intervienen en un proceso de arbitraje y las funciones de cada una de ellas.

CE2.3 Explicar la forma de iniciar un proceso de mediación/arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales para su resolución.

CE2.4 Describir el concepto de laudo arbitral y la forma y plazos de su dictamen.

CE2.5 Describir los principales aspectos que se han de tener en cuenta en la confección de un acta de mediación.

CE2.6 Dado un supuesto de reclamación de un consumidor convenientemente caracterizado en el que se ha decidido el procedimiento de arbitraje para dar solución al conflicto:
– Confeccionar correctamente la convocatoria al acto de mediación/arbitraje.
– Indicar tiempo y forma en el que se tiene que enviar.

CE2.7 En la simulación de un acto de mediación convenientemente caracterizado:
– Identificar el objetivo del acto.
– Analizar la situación y desarrollo del acto, sintetizando la información obtenida y deduciendo lo esencial de la actividad.
– Aplicar técnicas de negociación adecuadas a la situación definida y al interlocutor
– Redactar de manera clara objetiva y concisa el acto y el consenso alcanzado.

C3: Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de orientación/ información al cliente/consumidor/usuario, tanto en la gestión de quejas y reclamaciones individuales, como en las referidas a otros departamentos, instituciones u organismos.

CE3.1 Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de mediación de reclamaciones en función del canal (oral, escrito o medios electrónicos).

CE3.2 En una situación de simulación de una queja/reclamación, debidamente caracterizada en función de una tipología de clientes/consumidores/usuarios y de la aplicación de las técnicas de comunicación:
– Identificar los elementos de la queja/reclamación.
– Argumentar las posibles vías de solución, según el tipo de situación y consumidor, y creando un clima de confianza con él.
– Utilizar adecuadamente la escucha activa y las técnicas de asertividad.
– Orientar sobre los mecanismos extrajudiciales posibles.
– Identificar, de acuerdo con las reclamaciones, con qué departamento/s de la empresa y/u organismos se realizarían las gestiones, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

cve: BOE-A-2011-19501

– Redactar los documentos necesarios para el inicio de los trámites de resolución, siguiendo los procedimientos establecidos.

C4: Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo, persiguiendo soluciones de consenso entre las partes.

CE4.1 Identificar y definir las técnicas de negociación más utilizadas para solucionar reclamaciones presentadas en los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario.
CE4.2 Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación.
CE4.3 Distinguir los aspectos o cláusulas que figuran en un contrato de compraventa de un producto/servicio susceptibles de negociación y las que no lo son.
CE4.4 En la simulación de una entrevista con un consumidor convenientemente caracterizada y establecida para negociar determinados aspectos de una reclamación:

– Definir un plan de negociación.
– Establecer las fases que se deben seguir.
– Identificar los aspectos que hay que negociar y negociarlos.

CE4.5 A partir de supuestos prácticos de simulación, caracterizados adecuadamente sobre situaciones de reclamación en materia de consumo:
– Seleccionar y aplicar la estrategia de negociación que parezca más adecuada para cada situación.
– Adoptar actitudes objetivas que faciliten el acuerdo entre las partes.
– Identificar la instancia competente para conocer y resolver la situación.
– Tramitar con rigor, concisión y diligencia los escritos correspondientes.

C5: Aplicar métodos de control de calidad y de mejora de los procesos de atención/información al cliente/consumidor/usuario, de manera que se reduzca el coste y el tiempo de atención y se facilite el acceso a la información.

CE5.1 Describir incidencias comunes en los procesos de atención a clientes/consumidores/usuarios.
CE5.2 Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia en la prestación del servicio.
CE5.3 En un caso práctico convenientemente caracterizado de anomalía detectada en procesos de atención/información a un cliente/consumidor, explicar posibles medidas para su resolución.
CE5.4 En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se describe el grado de ineficacia en la prestación del servicio de atención a clientes/consumidores:

– Describir posibles medidas de corrección.
– Identificar procedimientos aplicables para mejorar y optimizar la calidad de servicio.

CE5.5 En una simulación de un servicio de información/atención al cliente/consumidor previamente definida:

– Analizar críticamente la actuación propia.
– Incorporar sugerencias de los demás para la mejora de la actuación propia una actitud abierta y flexible ante los cambios.

CE5.6 Proponer acciones y respuestas dirigidas a mejorar la actividad del servicio, identificando los cambios que se producen en el ámbito legal y tecnológico.
CE5.7 Canalizar y procesar los flujos de información del procedimiento en plazos y formas establecidos.

cve: BOE-A-2011-19501

Contenidos

1. **Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo**
   - Normativa en defensa del consumidor:
     - Derechos y deberes.
     - Legislación Estatal, Autonómica y Local.
     - Legislación Comunitaria.
   - Instituciones y organismos de protección al consumidor:
     - Tipología.
     - Competencias.
     - Organigrama funcional.
   - Procedimientos de protección al consumidor:
     - Protección de datos y confidencialidad.
     - Transparencia de los procedimientos.

2. **Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo**
   - Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente:
     - Naturaleza.
     - Efectos.
   - Documentación que obtienen y elaboran los departamentos de atención al consumidor.
   - Procedimiento de recogida de las quejas y reclamaciones/denuncias:
     - Elementos formales que contextualizan la reclamación.
     - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
     - Configuración documental de la reclamación: hoja de reclamación.
   - Normativa reguladora en caso de quejas y reclamación/denuncia entre empresas y consumidores.
   - Proceso de tramitación y gestión de una reclamación:
     - Plazos de presentación.
     - Interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.
     - Gestión *on-line*.
   - Métodos usuales en la resolución de quejas y reclamaciones.
     - Fases del proceso de resolución.
     - Documentación que se genera.
   - La actuación administrativa y los actos administrativos:
     - Concepto y elementos.
     - Clases.
     - Eficacia de los actos.
     - El silencio administrativo.
     - Normativa específica que regula la actuación y actos administrativos.

3. **Mediación y arbitraje en materia de consumo**
   - Conceptos y características:
     - Árbitro.
     - Mediador.
     - Partes implicadas.
     - Materias susceptibles de mediación/arbitraje de consumo.
   - La mediación:
     - Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.
     - Requisitos exigibles.
     - Procedimientos seguidos.
   - El arbitraje de consumo:
     - Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje
     - Ordenamiento jurídico de arbitraje nacional e internacional.
     - Organigrama funcional

cve: BOE-A-2011-19501

- Convenio arbitral: contenido, formalización y validez.
- Institucionalización del arbitraje.
- Juntas arbitrales.
- Laudo arbitral.

– Procedimientos de arbitraje en consumo:
- Principios generales.
- Fases: inicio, prueba, medidas cautelares y terminación.
- Ventajas e inconvenientes.

– Documentación en procesos de mediación y arbitraje:
- Convocatoria.
- Acta.
- Resolución.

4. **Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo**

– Conceptos:
- Queja.
- Reclamación.
- Consulta.
- Denuncia.
- Partes intervinientes.

– Caracterización del cliente/consumidor/usuario ante quejas y reclamaciones:
- Situación, percepción, motivación: clima.
- Tratamiento.

– Procesos de comunicación en situaciones de consultas, quejas y reclamaciones:
- Interpersonal.
- Telefónica.
- Escrita.
- Telemática.

– Herramientas de comunicación aplicables al asesoramiento y la negociación de conflictos de consumo:
- Teoría de la argumentación: componentes, contexto y condiciones.
- Dialéctica de la argumentación.
- Negociación y sus técnicas de comunicación.

5. **Negociación y resolución ante una queja o reclamación de consumidores y usuarios**

– Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia del consumidor).
– Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.
– Caracterización del proceso de negociación:
- Tipos de clientes/consumidores/usuarios.
- Factores influyentes.
- Departamento gestor.
- Trámites y documentación.

– Planes de negociación:
- Preparación.
- Desarrollo.
- Resolución.

6. **Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones**

– Tratamiento de las anomalías:
- Principales incidencias/anomalías.
- Forma.
- Plazos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Procedimientos de control del servicio:
  - Parámetros de control.
  - Técnicas de control.
- Indicadores de calidad.
- Evaluación y control del servicio:
  - Métodos de evaluación.
  - Medidas correctoras.
- Análisis estadístico.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximo susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF0245_3	90	85

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO

Código: MF0246_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0246_3: Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y BASES DE DATOS EN CONSUMO

Código: UF1755

Duración: 60 horas

cve: BOE-A-2011-19501

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP4 y RP5 en relación a la captura y procesamiento de la información y documentación que en materia de consumo asegure un eficaz sistema de información.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar los métodos de obtención de información relacionadas con el consumo de bienes y servicios.

CE1.1 Identificar las fuentes de información oficiales en materia de consumo existentes a nivel europeo, nacional, autonómico y local utilizando motores de búsqueda *on-line*.

CE1.2 Identificar los principales canales y medios de información así como los medios de divulgación de la misma, analizando la normativa vigente en materia de consumo y los derechos del consumidor.

CE1.3 Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de una información recogida y fórmulas existentes para garantizar la veracidad de la información.

CE1.4 Argumentar la importancia de garantizar la veracidad y vigencia de la información y fuentes de información en materia de consumo.

CE1.5 Explicar las ventajas y desventajas de las fuentes de información primaria en materia de consumo.

CE1.6 A partir de unos datos que caracterizan tres métodos y fuentes de información en materia de consumo:

– Calcular relación coste/rendimiento de cada una de ellas, teniendo en cuenta precio, forma de acceso y soporte y seleccionar aquella cuya ratio sea la óptima.
– Valorar la tensión existente entre el esfuerzo y la viabilidad de la obtención de la información.

CE1.7 Ante un supuesto práctico de demanda de información, convenientemente caracterizado:

– Definir el objetivo de la demanda o necesidad de información y el público al que se destinará.
– Identificar las fuentes de información oficial y sectorial fiables.
– Buscar la información demandada utilizando la *web* y/o motores de búsqueda en la *web*.
– Consultar catálogos de bibliotecas y hemerotecas a partir de tesauros en consumo, palabras clave, temas y subtemas.
– Seleccionar el método de recogida de datos en función de su fiabilidad.
– Discriminar la información y datos obtenida de las fuentes internas y/o externas a la organización según criterios o parámetros para garantizar su fiabilidad.
– En caso de no haber obtenido la información proponer otras fuentes de información primaria y guión de la encuesta o entrevista.

C2: Aplicar los procedimientos y métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo utilizando con eficacia aplicaciones informáticas de tratamiento y archivo de la información.

CE2.1 Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.

CE2.2 Explicar las principales funciones de un archivo documental o base de datos sobre un conjunto de reclamaciones o distintos documentos de información en materia de consumo.

CE2.3 Describir los métodos fundamentales de registro, mantenimiento y actualización de la información en un fondo documental y la gestión proactiva de los sistemas de información de la organización.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.4 Argumentar las ventajas y desventajas de distintos paquetes de software empleados habitualmente para el tratamiento de la información y documentación.
CE2.5 Explicar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.
CE2.6 A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, en el que se dispone de información recogida de diferentes fuentes:

– Clasificar los datos según el tipo de fuente de información de donde procedan.
– Organizar la información aplicando normas de seguridad y calidad.
– Aplicar técnicas adecuadas para organizar y archivar la información suministrada de forma que se facilite el acceso a la misma.
– Utilizar adecuadamente las funciones de tratamiento y organización de la información de aplicaciones en un entorno de usuario.

CE2.7 Utilizar las funciones y utilidades de las aplicaciones informáticas y sistemas operativos que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.
CE2.8 Explicar la normativa vigente y procedimientos idóneos para copiar y garantizar la seguridad e integridad de la información de un sistema de información de consumo de la organización.

Contenidos

1. **Información y fuentes en consumo**

– Tipos de fuentes e información en consumo.
– Fuentes de información institucional en consumo:
  ▫ Europea.
  ▫ Nacional: el CIDOC (Centro de Información y Documentación en Consumo)
  ▫ Autonómica
  ▫ Local
– Fuentes de información primaria en consumo:
  ▫ Monografías.
  ▫ Informes técnicos.
  ▫ Revistas (publicaciones periódicas o seriadas).
  ▫ Catálogos de productos.
  ▫ Normas.
  ▫ Materiales no convencionales y otros
  ▫ Encuestas a consumidores
– Fuentes de información secundaria en consumo:
  ▫ Índices bibliográficos.
  ▫ Índices KWIC/KWOC.
  ▫ Índices de contenidos.
  ▫ Bases de datos (Bibliográficas-factuales-documentales).
  ▫ Directorios.
– Soportes de la información:
  ▫ Impresos o escritos.
  ▫ Edición electrónica.
  ▫ Multimedia: información audiovisual.
– Normativa reguladora del tratamiento de la información:
  ▫ Propiedad intelectual.
  ▫ Derechos de autor.
  ▫ Protección de datos.

cve: BOE-A-2011-19501

2. **Técnicas de búsqueda de información en consumo**
   - Tipos y herramientas de búsqueda de información: sitios Web, institucionales, páginas personales, foros y grupos de noticias.
   - Criterios de calidad, vigencia y fiabilidad de la información y sus fuentes.
     - Autoría
     - Filiación
     - Actualidad
     - Propósito
     - Audiencia
     - Legibilidad
   - Análisis comparativo de las fuentes/documentos de información en consumo:
     - Variables de comparativa: precio, soporte, calidad, accesibilidad.
     - Estimación coste-rendimiento.
   - Buscadores de información *online*:
     - Bases de datos.
     - Directorios y bibliotecas virtuales.
     - Motores de búsqueda.
     - Metabuscadores.

3. **Técnicas de catalogación y archivo de información y documentación aplicadas a los sistemas de información en consumo**
   - Determinación de contenidos y tipo de documentos a archivar: casuística de la información en consumo.
   - Sistemas de registro de la información y documentación en consumo.
     - Conceptos y características.
     - Tipología. Reclamaciones u otra documentación.
     - Flujo documental.
     - Fases: captación, registro, actualización, modificación y consulta.
     - Funciones y servicios que desarrollan.
     - Los archivos físicos e informáticos de la información.
   - Ventajas e inconvenientes del soporte informático, frente a los soportes convencionales.
   - Grabación de archivos en distintos formatos:
     - Textos.
     - Enriquecidos.
     - *Web*.
     - Imágenes.
     - Sonidos.
     - Videos
   - Codificación de documentos:
     - Clasificación de documentos y
     - Niveles de acceso.
   - Conservación de documentación obsoleta o histórica:
     - Vigencia de la documentación.
     - Destrucción de documentación obsoleta o histórica.
     - Archivo definitivo u otros.
     - Realización de copias de seguridad.
   - Instrumentos de organización de información y documentación en consumo:
     - Manual de Archivo y clasificación de documentos.
     - Catalogación y indización de documentos e información.
   - Aspectos legales de la archivística y actualización normativa:
     - Normas en materia de seguridad, integridad y confidencialidad de la información.
     - Protección de datos.

cve: BOE-A-2011-19501

4. **Bases de datos y centros documentales en consumo**

- Centros documentales y/o bancos y bases de datos en consumo: el CIDOC.
- Planificación y diseño de un sistema gestor de base de datos según productos y sectores.
  - Información a incorporar.
  - Estructura de la base de datos: relacionales y documentales.
  - Estructura y nomenclatura de las tablas en función del contenido.
  - Control de redundancia de la información.
  - Determinación de administrador/res responsable/s del sistema.
  - Claves y niveles acceso a usuarios.
  - Restricción de datos: niveles de consulta, actualizaciones, generación de informes.
  - Sistemas y controles de seguridad: pérdida, modificación o destrucción fortuita de datos.
- Operaciones básicas de bases de datos en hojas de cálculo.
  - Apertura, cierre, compactación y reparación de una base de datos.
  - Cifrado y descifrado de una base.
  - Conversión de una base de datos.
  - Ordenación.
  - Filtrado.
  - Validaciones.
  - Formularios.
  - Informes.
  - Subtotales.
  - Consolidaciones e informes de tablas y gráficos dinámicos.
  - Vinculación de hojas de cálculo u otro tipo de tablas con bases de datos.
- Comandos de las bases de datos.
  - Conceptos generales.
  - Comandos de manipulación y formato.
  - Análisis de datos: auditoría, referencia circular, formato condicional, escenarios, tablas, buscar objetivos, tablas dinámicas u otros.
  - Comandos de utilidad: buscar, reemplazar, proteger, hipervínculo, validación u otros.
- Métodos de acceso, protección y control de la información por el usuario a través de las bases de datos.
- Aplicación de distintos comandos de las bases de datos.
  - Búsquedas y consultas de información en materia de consumo.
  - Análisis de los resultados de las consultas a bases de datos.
  - Elaboración de informes de la base de datos en consumo.
- Análisis de información y reclamaciones por sectores específicos.
  - Información estadística por tipo de sector y motivo de la reclamación

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: DOCUMENTACIÓN E INFORMES EN CONSUMO

Código: UF1756

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3, en relación a la elaboración de documentos que sintetizan la normativa y actualidad de la información de consumo en distintos soportes.

cve: BOE-A-2011-19501

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la información y documentación relacionadas con el consumo y derechos del consumidor o usuario de bienes y servicios.

CE1.1 Explicar el significado de la terminología específica habitual en la normativa y documentación específica de consumo.

CE1.2 Explicar el significado de Tesauros en materia de consumo a nivel europeo y nacional.

CE1.3 Ante un supuesto práctico de informe o folleto divulgativo en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

– Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios.
– Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
– Resumir el contenido del informe de forma sintética y ordenada.

CE1.4 Ante un supuesto práctico de normativa vigente en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

– Identificar los aspectos relevantes de cara al consumidor/usuario de dichos productos/servicios.
– Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
– Explicar el objeto y destinatarios de la normativa.
– Resumir el contenido de la normativa de forma sintética y ordenada.

CE1.5 Ante un supuesto práctico de reclamación en materia de consumo de un sector, producto y servicio de gran consumo o uso generalizado:

– Identificar los aspectos relevantes de la reclamación y condiciones y derechos del consumidor.
– Interpretar la terminología específica en materia de consumo.
– Explicar el objeto y demandas de la reclamación/queja.
– Resumir el contenido de la reclamación de forma sintética y ordenada.

C2: Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.

CE2.1 Explicar los principales aspectos que se deben observar en la elaboración de un documento que recoja información de consumo, en cuanto a la forma, estructura y contenido.

CE2.2 A partir de la lectura de varios documentos relacionados con un mismo tema en materia de consumo: legislación, folletos y artículos de revistas especializadas entre otros:

– Sintetizar la información que contiene de acuerdo a la relevancia del tema para los consumidores y usuarios.

CE2.3 A partir de normativa o documentación específica, en materia de consumo, con referencias, datos bibliográficos, ideas principales y utilidades posibles de la misma:

– Elaborar una ficha resumen con los aspectos más relevantes.

CE2.4 A partir de distintos boletines oficiales publicados por el Estado y/o en la Comunidad Autónoma en el periodo de un mes:

– Interpretar la información que proporcionan y detectar los aspectos que afectan a los derechos de los consumidores y usuarios.
– Ordenar y estructurar la información legislativa obtenida en una tabla o cuadro.
– Confeccionar un boletín de legislación que recoja toda la normativa de consumo publicada en el periodo de tiempo dado.
– Utilizar con eficacia y soltura la aplicación informática adecuada para la elaboración de tablas y el boletín.

CE2.5 Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales de ámbito europeo y nacional:

cve: BOE-A-2011-19501

– Interpretar la información referente a consumo, detectando los aspectos que afectan al consumidor/usuario.
– Ordenar y estructurar la información de las noticias y artículos analizados en una tabla o cuadro.
– Confeccionar un boletín de prensa que exponga claramente los contenidos seleccionados.
– Utilizar con eficacia y soltura las herramientas, medios electrónicos y/o la aplicación informática más adecuada para procesar o sintetizar la información.

CE2.6 En casos prácticos de confección de documentación de consumo, convenientemente caracterizados, y a partir de medios y aplicaciones informáticas en entornos de usuario:

– Seleccionar el formato más adecuado a cada tipo de documentación/información, en razón de su finalidad y presentación final.
– Presentar con diapositivas, con presentación animada con ordenador y sistema de proyección, presentación en papel.
– Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de texto necesario para la elaboración de documentación.
– Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de tablas, cuadros sinópticos o gráficos necesarios para la elaboración de documentación.
– Utilizar la aplicación y/o en su caso, el entorno que permita y garantice la integración de texto, gráfico y datos.
– Descubrir/reconocer y corregir los posibles errores cometidos al introducir y manipular los datos con el sistema informático, con la ayuda de alguna utilidad de la propia aplicación (corrector ortográfico, comparación de documentos u otros)
– Presentar la documentación de acuerdo con su naturaleza.

Contenidos

1. Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo

– Terminología de la documentación e información de consumo:
  ▫ Tesauros y palabras claves en consumo y su normativa.
  ▫ Lenguajes: normativos y documentales.
– Boletines de Información e Informes:
  ▫ Concepto.
  ▫ Finalidad.
  ▫ Estructura.
  ▫ Composición.
– Cumplimiento de procedimientos de elaboración y presentación:
  ▫ Forma.
  ▫ Plazos.
– Técnicas y normas gramaticales:
  ▫ Corrección ortográfica y semántica.
  ▫ Construcción de oraciones.
  ▫ Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
  ▫ Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.
– Técnicas de elaboración de documentos de síntesis y comunicación escrita:
  ▫ Pautas de realización: concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.
  ▫ Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.
– Redacción de documentos profesionales:
  ▫ Lenguaje escrito.

cve: BOE-A-2011-19501

- Contenido y su organización: fichas de contenido.
- Resumen o síntesis

– Presentación de la documentación:
- Fuentes de origen.
- Cronología.
- Canales de comunicación y divulgación.
- Internet/Intranet.

– Normativa y usos habituales en la elaboración y presentación de la documentación de consumo:
- Protección de datos.
- Seguridad y confidencialidad.

2. Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto

– Aspecto de los caracteres y letras:
- Tipo.
- Tamaño.
- Efectos.

– Aspecto de un párrafo:
- Alineación e interlineado.
- Espacio anterior y posterior.
- Sangrías y tabuladores en el texto.
- Trabajo con la regla.
- Listas numeradas.
- Cambio de estilo, viñetas y otros.

– Formato del documento:
- Auto-formato.
- Autocorrección.
- Aplicación de manuales de estilo.

– Edición de textos:
- Configuración de encabezados y pies de página.
- Inserción en ediciones de texto de: tablas, gráficos, organigramas, objetos e imágenes y otros.

– Documentos profesionales:
- Creación y uso de plantillas.
- Tareas automatizadas.

– Creación de un informe personalizado:
- Asistente para informes.
- Creación de un informe (en columnas, tabular o justificado).
- Creación de un auto informe.

– Creación de formularios:
- Asistente para formularios.
- Creación de un formulario: en columnas, tabulación, hojas de datos o justificado, formularios que incluye un subformulario.
- Auto-formulario.
- Apertura, cierre, cambio, almacenamiento, eliminación e impresión de un formulario.
- Uso de filtros en formularios.

– Impresión de textos.

3. Presentación de información en consumo con tablas

– Presentación de información con tablas:
- Creación de una tabla.
- Propiedades: añadir bordes y sombreado, combinación de celdas.
- Importación, vinculación y exportación de tablas.

cve: BOE-A-2011-19501

- Edición de una tabla:
  - Movimiento.
  - Agregaciones y eliminaciones.
  - Búsquedas y reemplazos de datos.
  - Copias, cortes y pegados de datos.
- Relaciones entre las tablas:
  - Índices.
  - Conversiones de texto y tablas.
- Personalización de la vista Hoja de datos:
  - Visualización y ocultación.
  - Cambio altura de filas y columnas.
  - Desplazamiento e inmovilización.
- Impresión de una hoja de datos.

4. Presentación de información en consumo con gráficos

- Elaboración de representaciones gráficas:
  - Criterios de selección: legibilidad, representatividad, vistosidad.
- Elementos presentes en los gráficos:
  - rangos o series del gráfico, título, leyenda, ejes, líneas de división, escalas, rótulos, fuentes, representación-.
- Configuración y modificación de los elementos.
- Tipos de gráficos:
  - de líneas, de áreas, de barras, de columnas o histogramas, polígonos, ojivas, de anillos, de radar, de superficie, de dispersión, burbujas, representación de grafos, sectores o ciclograma, de movimiento, pictogramas u otros a partir de datos convenientemente tabulados.
- Creación de un gráfico:
  - Selección del tipo de gráfico.
  - Selección de los rangos de datos.
  - Agregar una nueva serie de datos al gráfico.
  - Opciones del gráfico.
  - Ubicación del gráfico.
- Modificación del gráfico:
  - Tipo de gráfico.
  - Datos de origen.
  - Opciones de gráfico.
  - Ubicación.
  - Agregar datos y línea de tendencia.
  - Vista en 3D.
- Borrado de un gráfico.
- Integración de gráficos en documentos.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidad formativa	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1755	60	50
Unidad formativa 2 – UF1756	60	50

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 4

Denominación: INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

Código: MF1002_2

Nivel de cualificación profesional: 2

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

Duración: 90 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor.

CE1.1 Diferenciar la dicción fonética de la terminología comercial básica habitual en las actividades comerciales.

CE1.2 A partir de la audición de grabaciones orales de anuncios de productos/ servicios para el consumo/venta identificar al menos:

– Las características de productos: cantidades y cualidades
– El precio
– Los descuentos, recargos y
– Las formas/modos de pago, entre otros.

CE1.3 A partir de la simulación de distintas situaciones habituales en las actividades de consumo y comercio, como por ejemplo una venta y una reclamación de productos, en lengua estándar y sin ruido, suficientemente caracterizada:

– Interpretar con exactitud las necesidades del cliente/ consumidor en cuanto a características, cantidad y calidad de los productos.
– Identificar los datos personales necesarios del cliente/ reclamante para satisfacer la operación con eficacia.

C2: Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

CE2.1 Identificar el léxico habitual de las actividades de consumo y comercio de productos/servicios distinguiendo al menos: cantidades y cualidades de los productos, precios, recargos, descuentos y formas/modos de pago, derechos del consumidor, garantías y devoluciones entre otros.

CE2.2 Diferenciar las características del léxico técnico habitual en:

– etiquetas,
– manuales o instrucciones de uso de productos,
– garantías,

cve: BOE-A-2011-19501

– argumentarios de venta,
– faxes y cartas comerciales,
– facturas,
– hojas de reclamación y
– recibos, entre otros.

CE2.3 A partir de la lectura de normativa básica europea en materia de comercio interior y consumo formulada en inglés resumir las líneas generales del texto con exactitud.

CE2.4 A partir de la hoja de reclamación de un cliente suficientemente caracterizada, identificar el objeto de la reclamación e información relevante de la misma:
– Datos personales del reclamante
– Demanda del cliente.

C3: Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.

CE3.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva según distintos contextos socio profesionales en las actividades comerciales: preventa, venta, reclamación y postventa.

CE3.2 En situaciones simuladas de actividades comerciales emitir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos, según distintos contextos socio profesionales comerciales mostrando interés, preocupación, pregunta y alegría entre otros.

CE3.3 A partir de las características de un producto/servicio exponer de forma oral durante al menos 5 minutos la descripción del producto con exactitud y detalle suficiente.

CE3.4 A partir de la simulación de la grabación de un pedido o venta telefónica de productos/servicios con un argumentario definido con claridad, emitir con claridad fonética y sintáctica las cuestiones planteadas en el pedido/argumentario.

C4: Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

CE4.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes y léxico técnico habitual en los documentos comerciales básicos: cartas, facturas, órdenes de pedido, recibos y hojas de reclamación entre otros.

CE4.2 Identificar las expresiones, estructura y formas de presentación utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial y hojas de reclamación de clientes/consumidores/usuarios.

CE4.3 Diferenciar las estructuras más formales e informales utilizadas habitualmente en la correspondencia comercial.

CE4.4 A partir de distintos supuestos de actividades comerciales con un cliente/consumidor, redactar una carta comercial de acuerdo a los usos habituales en las empresas considerando al menos: datos del remitente, objeto de la carta, solicitud/respuesta de información de productos sobre cantidades y calidades del producto, precios, descuentos por pronto pago entre otros.

CE4.5 A partir de un supuesto de actividades comerciales suficientemente caracterizada, cumplimentar la documentación comercial básica en inglés:
– una orden de pedido con especificación de cantidades y características,
– una factura,
– un cheque.

CE4.6 A partir de la simulación de una reclamación suficientemente caracterizada de un cliente/consumidor redactar, con sencillez y exactitud utilizando un lenguaje, ágil y abreviado, los documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos

cve: BOE-A-2011-19501

y/o mensajes, internos y externos, al cliente y responsables de la reclamación respectivamente para resolver dicha reclamación.

C5: Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.

CE5.1 Describir las estructuras, fórmulas y pautas de educación y cortesía necesarias para la comunicación oral efectiva con un cliente/consumidor según distintas características socioculturales de clientes de distinta nacionalidad: hindú, chino, árabe, latino, europeo y norteamericano entre otros.

CE5.2 Diferenciar las costumbres y usos socio profesionales habituales en las relaciones con clientes de distintas nacionalidades diferenciando al menos la cultura oriental, occidental y árabe.

CE5.3 Describir las variables socioculturales que difieren entre distintos clientes de distinta nacionalidad:

– Costumbres horarias
– Hábitos profesionales
– Normas de protocolo del país
– Estructura jerárquica y relaciones socio profesionales con los clientes.

CE5.4 Explicar los problemas más habituales que se pueden dar en las actividades comerciales si no se adapta el mensaje oral al contexto sociocultural del cliente/consumidor.

CE5.5 A partir de la simulación de una situación-tipo de actividades de comercio con un cliente suficientemente caracterizada:

– Identificarse e identificar al interlocutor observando las normas de protocolo y cortesía adecuados al cliente.
– Solicitar del interlocutor aclaraciones e información adicional utilizando las expresiones y pautas de cortesía y protocolo habituales.
– Exponer oralmente con claridad las características técnicas y condiciones de los productos/servicios ofertados utilizando las expresiones orales más habituales.
– Despedirse utilizando pautas de cortesía y protocolo habituales en la venta.

CE5.6 A partir de la simulación de una reclamación de productos/servicios, presencial o a través de teléfono:

– Obtener los datos relevantes del interlocutor.
– Rebatir las objeciones y reclamaciones del cliente con claridad utilizando las normas de cortesía y protocolo para justificar las ausencias, errores o faltas del producto/servicios.
– Utilizar correctamente frases de cortesía, acuerdo y desacuerdo.
– Adoptar las fórmulas de cortesía y usos habituales para resolver la reclamación con eficacia.

Contenidos

1. **Atención al cliente/consumidor en inglés**
   – Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
   – Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
     ▫ Saludos.
     ▫ Presentaciones.
     ▫ Fórmulas de cortesía habituales.
   – Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
   – Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
     ▫ Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
   – Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

cve: BOE-A-2011-19501

2. **Aplicación de técnicas de venta en inglés**
   - Presentación de productos/servicios:
     - Características de productos/servicios.
     - Medidas.
     - Cantidades.
     - Servicios añadidos.
     - Condiciones de pago.
     - Servicios postventa, entre otros.
   - Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
   - Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta:
     - Instrucciones de uso.
     - Precio.
     - Descuentos.
     - Recargos entre otros.
   - Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
   - Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica:
     - Fórmulas habituales en el argumentario de venta.
   - Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

3. **Comunicación comercial escrita en inglés**
   - Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica:
     - Pedidos.
     - Facturas.
     - Recibos.
     - Hojas de reclamación.
   - Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés:
     - Hojas de pedido.
     - Facturas.
     - Ofertas.
     - Reclamaciones entre otros.
   - Redacción de correspondencia comercial:
     - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
     - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas.
     - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
   - Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
   - Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
   - Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
   - Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:
     - Internet,
     - Fax.
     - Correo electrónico.
     - Carta u otros análogos.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF1002_2	90	60

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

Código: MP0374

Duración: 40 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Prestar servicios de información y atención al cliente/consumidor/usuario, tanto en lengua propia como inglesa, si se precisa, en distintas situaciones comerciales utilizando distintos sistemas y técnicas de comunicación adaptadas a distintos canales de comunicación con el cliente: cara a cara, telefonía, correo electrónico, mensajería u otros.

CE1.1 A partir de las características de la empresa y las relaciones que mantiene con sus clientes, distinguir los elementos fundamentales para transmitir la imagen adecuada de la empresa.

CE1.2 Identificar en el organigrama de la organización las personas responsable de los distintos tipos de funciones y actividades.

CE1.3 Atender a los clientes adoptando los elementos fundamentales para mantener una conversación adecuada a la imagen y procedimientos internos de la organización.

CE1.4 Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información a clientes/consumidores.

CE1.5 Redactar documentos para su transmisión por escrito a clientes de forma clara y concisa en función de su finalidad.

CE1.6 Expresarse de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen más de dos interlocutores.

CE1.7 Mantener conversaciones telefónicas con clientes identificándose con propiedad, siguiendo las normas de protocolo de la organización y empleando las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

CE1.8 Registrar la información obtenida de clientes en aplicaciones gestión de la relación con el cliente (CRM) para su posterior uso.

CE1.9 Responder a correos y mensajería instantánea de clientes identificándose e identificando al destinatario observando las debidas normas de protocolo.

C2: Prestar servicios de orientación, tramitación y resolución al cliente/consumidor/usuario, tanto en lengua propia como inglesa, si se precisa, en distintas situaciones de consultas, quejas o reclamaciones de consumo, utilizando distintas técnicas de comunicación y negociación adaptadas a distintos canales de comunicación, velando por la calidad del servicio prestado.

CE2.1 A partir de las consultas, quejas y reclamaciones planteadas a la organización distinguir sus elementos fundamentales para establecer un plan de orientación al consumidor.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.2 Responder y adoptar una actitud resolutiva ante quejas y reclamaciones ofreciendo resoluciones a nivel de su responsabilidad y aplicando procedimientos internos de la organización.
CE2.3 Identificar y aplicar distintos procedimientos de mediación, arbitraje y negociación a las distintas situaciones presentadas por los consumidores.
CE2.4 Adoptar, en base a la normativa vigente, el mecanismo de protección al consumidor más adecuado a la actuación a desarrollar y la actividad de la organización.
CE2.5 Redactar documentos para su gestión por escrito a clientes de forma clara y concisa en función de su finalidad.
CE2.6 Controlar que la atención y orientación se ajustan a los procedimientos y estándar de calidad establecidos en la organización o empresa.

C3: Obtener un sistema de información en materia de consumo mediante la captación, tratamiento y archivo de la información y documentación, con la que se elaborará por medios convencionales e informáticos boletines de síntesis.
CE3.1 Identificar y utilizar distintas fuentes de obtención de información/documentación.
CE3.2 Aplicar técnicas de archivo y catalogación de información, en formato convencional e informático correspondiente.
CE3.3 Aplicar correctas técnicas de elaboración y presentación de documentación, convencional e informáticamente.
CE3.4 Cumplir los procedimientos de la organización y normativa en materia de protección de datos, confidencialidad y seguridad de la información.

C4: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.
CE4.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.
CE4.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.
CE4.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.
CE4.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.
CE4.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.
CE4.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. **Información y atención al cliente/consumidor/usuario en consumo**
   - Desarrollo de actividades de información propias del departamento de atención al cliente: actividades según empresas y herramientas de gestión de relaciones con clientes.
   - Aplicación de criterios de calidad del servicio de atención al cliente.
   - Asesoramiento al cliente en materia de consumo y reclamaciones.
   - Aplicación de técnicas de comunicación a clientes.
   - Utilización de herramientas de gestión de relaciones con clientes.

2. **Gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario**
   - Aplicación de procedimientos de protección del consumidor establecidos.
   - Identificación de la queja y técnica de resolución a la situación planteada por consumidor: argumentario, aplicación y resolución.
   - Participación en procesos de negociación, mediación y arbitraje en consumo.
   - Aplicación de técnicas de comunicación y negociación a procesos de quejas y reclamaciones.

cve: BOE-A-2011-19501

– Elaboración de la documentación en consumo.
– La actuación administrativa en procesos de protección entre empresas y consumidores.

3. **Elaboración de bases de datos, informes y documentación en consumo**
– Herramientas de búsqueda de información y fuentes en consumo.
– Aplicación de técnicas archivísticas: convencionales e informáticas.
– Elaboración de documentación del procedimiento, en formato convencional e
– informático adecuado.
– Colaboración en la creación y actualización de bases de datos y sistemas de información en consumo.
– Obtención de información en consumo.
– Tratamiento de la información en consumo.
– Presentación de la información en consumo.
– Síntesis de la información y documentación en consumo.

4. **Integración y comunicación en el centro de trabajo**
– Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
– Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
– Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
– Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
– Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
– Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
– Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0241_2: Información y atención al cliente consumidor usuario	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Técnico superior en Gestión comercial y marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing. • Certificado de profesionalidad de nivel 3 del área de compraventa o Marketing y relaciones públicas de la familia Profesional de Comercio y Marketing.	2 años	4 años

cve: BOE-A-2011-19501

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF0245_3: Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años	Imprescindible acreditación
MF0246_3: Organización de un sistema de información de consumo	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años	Imprescindible acreditación
MF1002_2: Inglés profesional para actividades comerciales	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua inglesa o título de grado equivalente. • Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua inglesa o titulación equivalente. • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de inglés como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos. • Titulación universitaria cursada en un país de habla inglesa, en su caso, con la correspondiente homologación.	2 años	Imprescindible acreditación

V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m² 15 alumnos	Superficie m² 25 alumnos
Aula Técnica de Gestión e Idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula técnica de gestión e idiomas	X	X	X	X

cve: BOE-A-2011-19501

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas	- Equipos audiovisuales - PCs instalados en red, cañón con proyección e internet - Sofware específico de la especialidad - Pizarras para escribir con rotulador - Rotafolios - Material de aula - Mesa y silla para el formador - Mesa y sillas para alumnos - 1 Proyector - Programas informáticos para el aprendizaje de un idioma - Reproductores y grabadores de sonido - Diccionarios bilingües

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

cve: BOE-A-2011-19501

ANEXO V

I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: COMT0210

Familia profesional: Comercio y Marketing.

Área profesional: Compraventa.

Nivel de cualificación profesional: 3

Cualificación profesional de referencia:

COM086_3 Gestión administrativa y financiera del comercio internacional. (RD 295/2004, de 20 de febrero, y modificaciones publicadas en RD109/2008, de 1 de febrero).

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

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.

Competencia general:

Realizar la gestión administrativa y financiera, así como la de los medios de cobro y pago en las operaciones de comercio internacional, de acuerdo con objetivos y procedimientos establecidos.

Entorno profesional:

Ámbito profesional:

Desarrollará su actividad en cualquier sector productivo en el área de administración del comercio internacional.

Sectores productivos:

Los principales subsectores en los que puede desarrollar su actividad son:
– Industria, Comercio, Agricultura y Servicios: departamento de Comercio Internacional.
– Entidades Financieras y Seguros: departamento de exterior.
– Empresas intermediarias en el comercio internacional: agencias transitarias, agencias comerciales, empresas consignatarias, agencias de aduanas y empresas de asesoramiento comercial, jurídico, etc.
– Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.

cve: BOE-A-2011-19501

– Empresas de transporte y logística.
– Asociaciones, Instituciones, Organismos y Organizaciones no Gubernamentales (ONG).

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

3522.1023 Técnicos/as en comercio exterior.
3531.1029 Gestores/as de aduanas
Asistente al departamento de operaciones comerciales internacionales.
Técnico/a de operaciones exteriores (entidades financieras/seguros).
Técnico/a en administración del comercio internacional.

Duración de la formación asociada: 660 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas:

MF0242_3: Gestión administrativa del comercio internacional (230 horas)
- UF1757: (Transversal) Información y gestión operativa de la compraventa internacional (80 horas)
- UF1758: Gestión aduanera del comercio internacional (90 horas)
- UF1759: Fiscalidad de las operaciones de comercio internacional (30 horas)
- UF1760: El seguro de mercancías en comercio internacional (30 horas)

MF0243_3: Financiación internacional (180 horas)
- UF1761: Gestión de las operaciones de financiación internacional (90 horas)
- UF1762: Análisis de riesgos y medios de cobertura en las operaciones de comercio internacional (60 horas)
- UF1763: Licitaciones internacionales (30 horas)

MF0244_3: Medios de pago internacionales (90 horas)
MF1010_3 (Transversal): Inglés profesional para comercio internacional (120 horas)
- UF1764: Inglés oral y escrito en el comercio internacional (90 horas)
- UF1765: Documentación en inglés para el comercio internacional (30 horas)

MP0375: Módulo de prácticas profesionales no laborales de Gestión administrativa y financiera del comercio internacional (40 horas)

II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Denominación: REALIZAR Y CONTROLAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN /EXPORTACIÓN Y/O INTRODUCCIÓN / EXPEDICIÓN DE MERCANCÍAS.

Nivel: 3

Código: UC0242_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Establecer un sistema eficaz de información que apoye las actividades de compraventa internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.1 Los criterios de archivo de la información se determinan de forma que supongan un fácil acceso y consulta, así como el procedimiento para mantener actualizado el fichero de clientes y proveedores en todo momento.
CR1.2 Las fuentes y los correspondientes items informativos que permitan tener una información completa y actualizada de la normativa internacional se identifican, y se accede a las mismas realizando los trámites oportunos y siguiendo el procedimiento establecido.
CR1.3 La información pertinente de la operación global de compraventa internacional se identifica y procesa adecuadamente para disponer en tiempo y forma de los datos precisos en futuras operaciones.
CR1.4 El fichero maestro de clientes y proveedores se elabora, detallando la información más relevante (nombre, dirección, pedidos, condiciones de pago, cobro y otras), que identifique claramente al sujeto de la operación, para su incorporación a la herramienta de gestión de relación con clientes (CRM).
CR1.5 Las necesidades de información de los comerciales se satisfacen en tiempo y forma utilizando los medios disponibles de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).
CR1.6 La información necesaria del departamento de fabricación y de almacén sobre la producción, niveles de *stocks* y plazos de entrega se obtiene para mantener informados correctamente a los comerciales sobre las posibilidades de realización de la operación.
CR1.7 El marco legal y fiscal exterior se identifica analizando la legislación específica del país de destino de la mercancía y/o servicio a exportar.
CR1.8 La información precisa al cliente o al proveedor sobre trámites administrativos y autorizaciones en la exportación e importación, y la introducción y expedición se suministra utilizando lengua propia o extranjera de acuerdo con los procedimientos establecidos.
CR1.9 Cualquier duda o falta de información en el cliente o proveedor durante los contactos mantenidos se resuelve de acuerdo con las especificaciones recibidas de la operación y utilizando lengua propia o extranjera
CR1.10 La información del estado de las operaciones con clientes y proveedores se procesa permanentemente, para tener actualizados en todo momento los datos que son de utilidad para las actuaciones comerciales.

RP2: Gestionar y controlar el seguro de las mercancías para garantizar la responsabilidad de acuerdo con la normativa vigente y con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.

CR2.1 El riesgo y las necesidades de cobertura de la operación se identifican adecuadamente.
CR2.2 Las cláusulas más usuales incluidas en las pólizas de seguro de cada modalidad de transporte se analizan para garantizar el correcto envío de las mercancías.
CR2.3 La contratación de la póliza seleccionada se gestiona según las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.
CR2.4 Los partes oportunos para notificar a las compañías de seguros las aplicaciones que se deben imputar a las pólizas flotantes se confeccionan dentro de los plazos establecidos, especificando fechas y características de los diferentes envíos.
CR2.5 El siniestro producido se transmite, en su caso, a la compañía aseguradora en forma y plazos establecidos por el Código de Comercio y la Ley del Seguro.
CR2.6 Las actuaciones, responsabilidades e indemnización en caso de siniestro se identifican correctamente.

cve: BOE-A-2011-19501

CR2.7 El proceso de liquidación de siniestros hasta su ultimación con las compañías aseguradoras y/o afectados se controla para detectar puntualmente cualquier anomalía que se produzca.

CR2.8 Las herramientas tecnológicas desarrolladas por los diferentes proveedores se identifican e implementan para permitir la tramitación y gestión integrada a distancia del riesgo de acuerdo con las necesidades establecidas.

RP3: Realizar las gestiones administrativas necesarias para la importación/exportación y/o introducción/expedición de las mercancías y servicios de acuerdo con la normativa vigente.

CR3.1 El contrato de compraventa internacional se confecciona utilizando lengua propia o extranjera en la forma y plazo establecido reflejando en el clausulado las condiciones pactadas.

CR3.2 El régimen administrativo y comercial adecuado de la operación de compraventa internacional se identifica correctamente, así como las implicaciones que tiene en los procedimientos y gestiones de las transacciones.

CR3.3 La información precisa acerca de las barreras al Comercio Internacional:

– Barreras arancelarias.
– Barreras no arancelarias:
– Restricciones Cuantitativas.
– Otras barreras.
– Barreras fiscales (IVA., Impuestos Especiales y demás gravámenes).
– Medidas de Defensa Comercial (derechos antidumping y antisubvención) se obtiene a través de los procedimientos establecidos.

CR3.4 Los documentos que la normativa exige para el comercio internacional (licencia de importación y exportación, declaración de tránsito comunitario, DUA (Documento Único Administrativo) en la importación y exportación, facturas comerciales y/o proformas, etc.) y para la introducción y expedición de mercancías (declaración estadística *Intrastat*, documentos de tránsito, etc.) se identifican y confeccionan de manera correcta , interpretando adecuadamente los Incoterms y codificando la mercancía con precisión en su partida arancelaria.

CR3.5 Los certificados que deben acompañar a la mercancía (Certificados sanitarios, veterinarios, SOIVRE, Cites, certificados de homologación, etc.) y los certificados de origen que permiten acogerse a exenciones y/o reducciones arancelarias (EUR-I, Formularios A, ATR, etc.), se identifican, obtienen y/o confeccionan de acuerdo con procedimientos establecidos.

CR3.6 La declaración de valor de las mercancías se confecciona para adjuntarla al DUA, teniendo en cuenta las condiciones de entrega (Incoterms) acordados en el contrato de compra-venta, aplicando adecuadamente la normativa específica que la regula y realizando correctamente los cálculos correspondientes utilizando, en su caso, las aplicaciones informáticas pertinentes.

CR3.7 La liquidación de los impuestos y gravámenes que afectan al Comercio Internacional se realiza para su inclusión en el DUA, aplicando la normativa específica que los regula, realizando correctamente los cálculos correspondientes, utilizando las aplicaciones informáticas pertinentes e interpretando adecuadamente los Incoterms.

CR3.8 Las responsabilidades y costes por la incorrecta aplicación de los procedimientos y exigencias aduaneras (especialmente normativa sobre contrabando) se valoran con exactitud.

CR3.9 La documentación elaborada siguiendo el procedimiento establecido oficialmente se tramita en plazo.

CR3.10 La documentación electrónica necesaria para el comercio internacional se obtiene, en su caso, a través de las fuentes adecuadas, cumplimentándose en tiempo y forma siguiendo los procedimientos establecidos.

cve: BOE-A-2011-19501

RP4: Controlar que la gestión administrativa de las operaciones de compra-venta internacional se realiza de acuerdo con la normativa vigente.

CR4.1 La normativa de Comercio Internacional y sus actualizaciones y modificaciones periódicas se identifica junto con las implicaciones que tiene en la gestión administrativa de las operaciones de importación y exportación, introducción y expedición.

CR4.2 De la documentación requerida se verifica que está correctamente cumplimentada y que se dispone de todos los documentos y certificados que deben acompañar a la operación, según la legislación aplicable.

CR4.3 De la documentación relativa al transporte y/o al seguro que debe acompañar al producto y de las instrucciones para el transportista se verifica que sean las requeridas por la legislación vigente y por el contrato de compraventa internacional.

CR4.4 En la operación de compraventa internacional se verifica que:

– Los plazos de entrega de la mercancía y de la documentación financiera son los estipulados en el contrato.
– Se cumplen los INCOTERMS.
– La mercancía llega a su destino con la calidad y características negociadas.

CR4.5 La comunicación con clientes, transitarios, compañías de seguro y otros intermediarios para el desarrollo puntual de las expediciones, se realiza de una forma continua, obteniendo información detallada y actualizada de las operaciones utilizando lengua propia o extranjera.

CR4.6 Las gestiones oportunas cuando surge cualquier incidencia en el desarrollo de la operación de compraventa internacional se realizan de manera que se llegue a una solución satisfactoria para las partes implicadas en la actividad.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Programas (entornos de usuario): aplicaciones informáticas para la gestión administrativa de comercio internacional, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet (SSL), firma electrónica de documentos, Sistema EDI, aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes CRM/ERP.

Productos y resultados

Documentos requeridos en la importación/exportación/introducción/expedición de mercancías. Contrato compraventa internacional. Fichero maestro de clientes y proveedores. Base de datos documental de Comercio Internacional. Codificación de mercancías en su partida arancelaria. Notificación a compañías de seguros de siniestros producidos o imputaciones a pólizas flotantes. Tramitación en aduana. Elaboración y gestión de la documentación de la compraventa internacional. Organización de la información.

Información utilizada o generada

Normativa sobre seguros del transporte internacional de mercancías. Aranceles de aduanas: TARIC (Arancel Integrado Comunitario) y de terceros países. Ordenanza de aduanas. Normativa sobre certificaciones, normalizaciones y homologaciones. Regulación legislativa para cada tipo de régimen administrativo-comercial en las

cve: BOE-A-2011-19501

operaciones internacionales. Información sobre barreras al comercio internacional. Legislación aplicable al despacho de aduanas. Contrato compraventa internacional. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías (INCOTERMS).

Unidad de competencia 2

Denominación: GESTIONAR LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN PARA TRANSACCIONES INTERNACIONALES DE MERCANCÍAS Y SERVICIOS.

Nivel: 3

Código: UC0243_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Determinar las posibles vías de financiación internacional adecuadas a las operaciones comerciales de mercancías, servicios o proyectos.

CR1.1 Las fuentes primarias básicas de financiación bancaria (organismos multinacionales, regionales y estatales) se identifican, así como las fuentes secundarias de financiación a la exportación e importación (empresas de trading, sociedades importación y exportación y otras instituciones y entidades relacionadas con el crédito comercial) para obtener información sobre posibilidades de financiación.

CR1.2 La información más fiable y necesaria de los mercados financieros internacionales se obtiene a través de procedimientos establecidos y aplicando las técnicas de investigación comercial adecuadas.

CR1.3 El tipo básico de crédito necesario para el suministrador o comprador extranjero que va a regular la operación se identifica adecuadamente.

CR1.4 Las posibles vías de financiación bilateral con el país de destino de las mercancías o servicios y las fuentes multilaterales de financiación exterior (organismos internacionales y organismos regionales especializados) se determinan realizando los cálculos oportunos y utilizando, en su caso, las aplicaciones informáticas adecuadas y de manera que se optimice la operación de comercio internacional.

RP2: Obtener información sobre posibles ayudas, subvenciones, así como otras formas de financiación para facilitar las operaciones de comercialización de productos.

CR2.1 Los organismos públicos, asociaciones y agrupaciones nacionales y extranjeras interesantes para la empresa a la hora de solicitar ayudas y subvenciones a la exportación se identifican correctamente.

CR2.2 Para el flujo continuo de la información se establecen procedimientos a través de la conexión con redes de información sectorial y bancos de datos nacionales y extranjeros.

CR2.3 La información apropiada y fiable de los mercados internacionales de interés para el establecimiento de consorcios y otras formas de exportación concertada (*Joint Venture*, Agrupación Europea de Interés Económico, *Piggy Back* u otros) se obtiene a través de procedimientos establecidos.

CR2.4 Los datos recogidos se procesan utilizando programas informáticos que supongan optimización de la organización y acceso a la información.

RP3: Determinar los posibles riesgos financieros y la cobertura de los mismos, para asegurar la certeza económica de la transacción comercial internacional.

CR3.1 Los riesgos básicos tanto en el cobro de la operación como en el pago en divisas (fluctuaciones del tipo de interés y del tipo de cambio entre la

cve: BOE-A-2011-19501

divisa del exportador y la del importador, posibles restricciones en el país del comprador, etc.) se identifican adecuadamente.

CR3.2 Las condiciones y coste de las pólizas del seguro de crédito a la exportación se evalúan, realizando los cálculos necesarios para determinar la cobertura idónea y de acuerdo con procedimientos establecidos.

CR3.3 Otras alternativas de cobertura de riesgos (*factoring* u otras), que se pueden adoptar de acuerdo con las características y eventos en la operación se evalúan e identifican convenientemente.

CR3.4 La divisa en la que se puede instrumentar la operación financiera se gestiona, evaluando correctamente los costes y riesgos que supone su utilización.

CR3.5 El riesgo de cambio y el riesgo de interés en las operaciones de venta o compra de divisa a plazo se analizan adecuadamente utilizando, cuando proceda, la lengua extranjera, realizando las estimaciones precisas sobre las fluctuaciones de la moneda y de los tipos de interés.

CR3.6 La modalidad más apropiada de cobertura de los riesgos del cambio y de los riesgos de interés de la divisa (seguro del cambio, opciones sobre divisas, futuros sobre tipos de interés) se selecciona y se propone al responsable correspondiente.

RP4: Realizar la gestión integrada del riesgo de cambio y del riesgo de interés más favorable a la empresa en el marco de las reglamentaciones legales vigentes.

CR4.1 La información y la legislación vigente nacional, comunitaria y exterior aplicable a la operación de financiación internacional se analiza convenientemente.

CR4.2 Las operaciones asociadas a la gestión de los medios de pago en moneda extranjera se analizan para programar su formalización y ejecución en tiempo y forma.

CR4.3 Las ventajas de obtener cobertura del riesgo de cambio mediante:

– El seguro de cambio.
– Las opciones sobre divisas.
– Los *swaps* de divisas.
– Otros.

se determinan realizando los cálculos oportunos y utilizando, en su caso, las aplicaciones informáticas adecuadas.

CR4.4 Las ventajas de obtener cobertura del riesgo de interés mediante:

– Futuros en tipos de interés.
– Convenios de tipos de interés futuros.
– Los *swaps* de tipos de interés.
– *Caps, Floors, Collars*.
– *Swaptions*.
– Otros.

se determinan realizando los cálculos oportunos y utilizando, en su caso, las aplicaciones informáticas adecuadas.

CR4.5 Los trámites necesarios para la contratación de la fórmula de cobertura del riesgo seleccionada se realizan en tiempo y forma.

CR4.6 Los procedimientos operativos, correctamente aplicados, sobre el medio de cobro o pago en moneda extranjera se tramitan con la entidad financiera correspondiente en tiempo y forma.

CR4.7 La documentación derivada de los cobros y pagos exteriores requerida por las entidades registradas se cumplimenta correctamente.

CR4.8 El procedimiento que se debe seguir para la instrumentación de las operaciones derivadas de la adquisición o mantenimiento de saldos en divisas se establece adecuadamente.

cve: BOE-A-2011-19501

CR4.9 Las herramientas tecnológicas desarrolladas por los diferentes proveedores se identifican e implantan para permitir la tramitación y gestión integrada a distancia del riesgo de acuerdo con las necesidades establecidas.

RP5: Gestionar la documentación necesaria de los créditos a las exportaciones e importaciones con el fin de facilitar la compra-venta de productos en los mercados exteriores.

CR5.1 Las diversas modalidades de crédito:
– Créditos al suministrador español
– Créditos al comprador extranjero
– Líneas de crédito comprador
– Leasing
– Factoring
– Forfaiting
– Otras

se valoran teniendo en cuenta las características de los bienes o servicios que se exportan o importan, realizando los cálculos oportunos y utilizando, en su caso, las aplicaciones informáticas adecuadas.

CR5.2 Los requisitos necesarios para que la empresa pueda recibir los créditos en tiempo y forma, se identifican analizando:
– El tipo de exportación y país de destino
– Plazos y momentos para la devolución del crédito
– Importe del crédito e intereses
– Cobertura del riesgo comercial y político
– Otros

en función del tipo de exportación y país de destino.

CR5.3 Los requisitos necesarios para que la empresa pueda recibir la financiación en tiempo y forma, se identifican analizando:
– El tipo de importación y país de origen
– Plazos y momentos para la devolución del crédito
– Importe del crédito e intereses
– Cobertura del riesgo del tipo de interés y de cambio
– Otros

en función del tipo de importación y país de origen.

CR5.4 La documentación contractual requerida por la entidad financiera concedente del crédito se tramita siguiendo el procedimiento establecido.

CR5.5 Toda la documentación que se vaya a entregar a las entidades financieras o a enviar directamente a los clientes se verifica en cuanto a su correcta cumplimentación y su adecuación a la normativa vigente.

RP6: Gestionar la documentación necesaria en la financiación de proyectos o suministros internacionales para que la empresa pueda participar en licitaciones internacionales.

CR6.1 Los requisitos exigidos por el convocante en el concurso o licitación (información de la empresa, fianzas, oferta, etc.) se identifican para establecer el procedimiento de participación en la licitación.

CR6.2 La documentación financiera del concurso o licitación se analiza para adecuarla a la oferta que debe presentarse ajustada a los plazos del crédito e intereses.

CR6.3 La documentación específica solicitada con los datos requeridos oficialmente:
– Capacidad y experiencia de la empresa.
– Fianzas.
– Presentación de oferta.

cve: BOE-A-2011-19501

– Formularios y pliegos de condiciones del organismo convocante.
– Otros.
se cumplimenta con claridad y corrección.
CR6.4 La oferta y documentación exigida se gestiona en tiempo y forma ante el organismo correspondiente.

Contexto profesional

Medios de producción
Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a *Internet*, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas (entornos de usuario): programas informáticos de gestión financiera internacional, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet (SSL), firma electrónica de documentos, Sistema EDI, Sistema SWIFT

Productos y resultados
Información elaborada sobre vías de financiación y riesgos financieros en operaciones de comercio internacional. Cobertura de riesgos y créditos a la exportación e importación gestionados. Análisis de las modalidades de financiación internacional. Elaboración de documentos necesarios de los créditos a las exportaciones o importaciones. Elaboración de documentos necesarios para la financiación de proyectos o suministros internacionales.

Información utilizada o generada
Información sobre operaciones en el mercado de divisas. Cotizaciones diarias y/o periódicas de divisas. Información sobre fuentes básicas de financiación a la exportación e importación. Normativa reguladora de operaciones con divisas. Cotizaciones periódicas sobre tipos de interés.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Denominación: GESTIONAR LAS OPERACIONES DE COBRO Y PAGO EN LAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES.

Nivel: 3

Código: UC0244_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Analizar los posibles medios de cobro o pago internacionales adecuados a las operaciones comerciales de mercancías, servicios o proyectos.
CR1.1 Las fuentes básicas de las que se puede obtener la información sobre los posibles medios de cobro o pago internacionales se identifican adecuadamente.
CR1.2 El marco legal y fiscal exterior se identifica analizando la legislación específica del país de destino de la mercancía sobre medios de pago.
CR1.3 La información más fiable y necesaria se obtiene a través de procedimientos establecidos, aplicando las técnicas de investigación adecuadas que están dentro de presupuestos establecidos.
CR1.4 Los medios de pago a través de Internet así como los sistemas de certificación digital que garantizan que la información transmitida no haya sido manipulada ni leída por terceros, se identifican adecuadamente.

cve: BOE-A-2011-19501

CR1.5 La normativa vigente sobre medios de pago por Internet se analiza convenientemente, para su aplicación en la operativa de compraventa internacional.
CR1.6 Los factores de riesgo políticos y comerciales que afectan a los distintos medios de cobro y pago se identifican, obteniendo información relevante sobre mercados externos.
CR1.7 Los riesgos y costes que implican los diferentes medios de cobro se analizan evaluando adecuadamente los aspectos esenciales que los determinan: riesgo país; riesgo comercial; usos o costumbres del país de destino; gastos administrativos relacionados con el medio de cobro objeto de estudio, otros.
CR1.8 Las conclusiones derivadas del análisis de los riesgos y costes de los medios de cobro se presentan de forma clara, estructurada y sintética a través de un informe.

RP2: Gestionar las posibles garantías y avales adecuados a las transacciones internacionales.

CR2.1 Los riesgos inherentes al contrato internacional se identifican correctamente.
CR2.2 Los tipos de garantías y avales adecuados al contrato internacional se identifican correctamente.
CR2.3 Las garantías y avales exigibles a las partes que intervienen en la transacción internacional se analizan adecuadamente.
CR2.4 La documentación relativa a la emisión, modificación y cancelación de las garantías y/o avales exigidos se confecciona de acuerdo con la normativa nacional e internacional.
CR2.5 De la documentación requerida se verifica que esté correctamente cumplimentada y presentada en tiempo y forma, adecuándose a la normativa vigente.

RP3: Gestionar los medios de pago y cobro en las transacciones internacionales de acuerdo con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa.

CR3.1 La información sobre el contexto de la operación comercial se obtiene, valorando aspectos significativos y relevantes en la gestión de los medios de pago y cobro:

– La reglamentación aplicable del país del importador y/o exportador.
– Los usos mercantiles internacionales.
– Las dificultades de obtener información sobre el comprador y/o vendedor.
– El coste y duración del crédito.
– El momento de cobro y/o pago
– Otros.

CR3.2 La solvencia y calidad del comprador y/o vendedor y el riesgo de impago se analizan para su adecuada clasificación en la gestión de clientes/proveedores.
CR3.3 La documentación acreditativa de la entrega de la mercancía se determina, para autorizar el cobro o aceptación del efecto comercial.
CR3.4 El procedimiento definido a través del sistema financiero se aplica correctamente, para la presentación efectiva de los documentos en tiempo y forma.
CR3.5 Las ventajas de obtener financiación mediante instrumentos financieros internacionales se identifican convenientemente:

– Crédito documentario
– Orden de pago simple o documentaria
– Remesa simple o documentaria
– Cheque personal o bancario

cve: BOE-A-2011-19501

– Billetes de banco extranjero
– Carta de crédito comercial
– Cuentas bancarias en el exterior
– Otros.

teniendo en cuenta la legislación vigente y proponiendo el medio de cobro y/o pago más adecuado a las características de la operación, utilizando las aplicaciones informáticas pertinentes.

CR3.6 El documento de cobro o pago seleccionado se confecciona correctamente, de acuerdo con los datos obtenidos de la operación comercial.

CR3.7 Los cobros se gestionan teniendo en cuenta las condiciones de entrega de las mercancías (Incoterms) acordadas para la operación y negociadas con el cliente.

CR3.8 Las causas de retrasos o impagos de los clientes se identifican para definir líneas de actuación adecuadas gestionándose dichos retrasos o impagos, en tiempo y forma, según el procedimiento establecido.

CR3.9 Las herramientas tecnológicas desarrolladas por los diferentes proveedores se identifican e implantan para permitir la tramitación y gestión integrada a distancia del riesgo de acuerdo con las necesidades establecidas.

RP4: Gestionar la documentación necesaria para el cobro y pago de las operaciones de comercio internacional, según la legislación aplicable.

CR4.1 Los documentos necesarios para que a su presentación se realice correctamente el pago de la exportación o importación se identifican:
– Documentos de transporte (carta de porte, conocimiento de embarque marítimo, conocimiento de embarque aéreo u otros)
– Documentos de seguro (póliza o certificado)
– Documentos informativos (factura y certificados)

CR4.2 De los datos de los diversos documentos se verifica que tienen la coherencia precisa según el medio de pago elegido.

CR4.3 Los trámites administrativos de legalización o certificación requeridos en la documentación (cámaras de comercio, aduanas, etc.) se realizan teniendo en cuenta el país de destino y el tipo de operación.

CR4.4 El procedimiento más adecuado se selecciona para solucionar errores o retrasos en la documentación de exportación o importación y sus consecuencias sobre los pagos.

CR4.5 De toda la documentación que se vaya a entregar a las entidades financieras o a enviar directamente a los clientes se verifica que esté correctamente cumplimentada y se adecue a la normativa vigente.

CR4.6 Los trámites administrativos relacionados con la gestión de los retrasos o impagos de los clientes se realizan en tiempo y forma, según la legislación vigente.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina.

Programas(entornos de usuario): programas informáticos de gestión financiera internacional, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet (SSL), firma electrónica de documentos, Sistema EDI, Sistema *SWIFT*.

cve: BOE-A-2011-19501

Productos y resultados
Medio de cobro y pago internacional gestionados. Información elaborada sobre diferentes medios de cobro o pago y su riesgo asociado. Estudio de la viabilidad económica de los diferentes medios de cobro y pago. Aplicación de técnicas de comunicación. Elaboración de informes.

Información utilizada o generada
Información política y socio-económica del país donde se va a comercializar la mercancía. Normas de contratación internacional. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías (*Incoterms*). Normas sobre medios de pago internacionales (legislación). Información sobre operaciones en el mercado de divisas. Legislación sobre medios de cobro y pago a nivel internacional. Cotizaciones diarias de divisas. Documentos de cobro y pago. Cotizaciones periódicas sobre tipos de interés. Normativa de medios de pago por Internet.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

Denominación: COMUNICARSE EN INGLÉS, CON UN NIVEL DE USUARIO COMPETENTE, EN LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nivel: 3

Código: UC1010_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información en inglés proveniente del discurso oral, incluso no estructurado, con facilidad y rapidez, para agilizar las gestiones y relaciones con clientes/proveedores de distintos países, de forma presencial o a distancia, a pesar de la existencia de ruidos o interferencias.

CR1.1 Las líneas generales de los discursos, reuniones, conversaciones y entrevistas entre terceros, celebradas con clientes o proveedores extranjeros en operaciones de comercio internacional se interpretan con facilidad extrayendo la información relevante para la operación/organización/actividad aunque los discursos no estén estructurados.

CR1.2 La información contextual e información no verbal de conversaciones complejas entre terceros en una discusión de grupo o debate se interpreta de manera precisa, identificando el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR1.3 Los datos y detalles relevantes resultado de entrevistas, reuniones, discursos, exposiciones o conversaciones con clientes/proveedores de otros países se obtienen de manera completa y con precisión para la ejecución efectiva de la operación de comercio internacional.

CR1.4 Las instrucciones de trabajo o especificaciones técnicas de operaciones o productos se interpretan con facilidad a pesar de su complejidad.

CR1.5 Los materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados se interpretan de forma correcta y precisa haciendo un uso esporádico del diccionario.

CR1.6 Ante reclamaciones sobre productos/servicios u operaciones con clientes/proveedores de otros países se recaba la información necesaria para su resolución.

RP2: Interpretar los datos e información escrita compleja, en inglés, de documentos propios del comercio internacional extrayendo la información relevante para la

cve: BOE-A-2011-19501

gestión y toma de decisiones requeridas en las operaciones y gestiones con clientes/proveedores internacionales.

CR2.1 Los datos e información contenida en informes, cartas, documentos profesionales, protocolos de procesos comerciales, acuerdos/contratos de comercio internacional, páginas *web* u otros medios, se interpretan de forma precisa extrayendo aquella información relevante para las operaciones de comercio internacional.

CR2.2 La terminología y jerga propia de las operaciones de comercio internacional se interpretan sin dificultad de la documentación profesional habitual haciendo en caso necesario uso de diccionarios o herramientas de traducción.

CR2.3 El significado de términos desconocidos, en caso no poder deducirse del contexto, se traduce con éxito en fuentes de consulta externa (sitios *web*, textos paralelos, revistas especializadas, glosarios *online*, foros u otros) asimilando la explicación del término.

CR2.4 La información implícita de informes, estudios de mercado internacional y/o documentos de análisis, se interpreta con facilidad aplicando criterios de contextualización y coherencia adecuados al documento o contexto profesional en que se enmarca.

CR2.5 La capacidad de interpretación de textos profesionales técnicos se autoevalúa de acuerdo al nivel de complejidad y rigor necesario transmitiendo, en su caso, a los superiores la necesidad de acudir a profesionales de la traducción, dentro o fuera de la organización, siguiendo los procedimientos internos establecidos.

CR2.6 El lenguaje abreviado de las comunicaciones escritas *online* se interpretan con precisión agilizando la comunicación en foros, chats, *sms* u otros.

RP3: Transmitir oralmente, con corrección fonética, detalle, fluidez y espontaneidad, información en inglés, sobre temas técnicos complejos relativos a la operativa del comercio internacional a través de presentaciones orales y a distancia a fin de ejecutar la operación comercial y resolver las incidencias habituales en comercio internacional.

CR3.1 El mensaje oral se realiza de forma fluida y espontánea relacionando lógicamente los aspectos claves de la operativa de comercio internacional y adaptando la estructura del mensaje al medio de comunicación y registro, formal e informal, y nivel de conocimiento del idioma del cliente/proveedor simplificando cuando sea necesario el discurso con amplitud de vocabulario y recursos lingüísticos.

CR3.2 El mensaje se transmite con una entonación adecuada y utilizando el nivel de exposición, argumentación y persuasión adecuada al contexto socioprofesional exigida en las situaciones habituales de las operaciones de comercio internacional.

CR3.3 El contenido del mensaje se adapta a las condiciones socioprofesionales de las operaciones de comercio internacional aplicando las expresiones y normas de cortesía adecuadas a los contextos de comunicación formal e informal.

RP4: Redactar y cumplimentar en inglés con precisión, coherencia, corrección gramatical y ortográfica, informes, correspondencia y documentos necesarios para el desarrollo efectivo de las operaciones de comercio internacional.

CR4.1 La documentación propia del comercio internacional: hojas de pedidos, facturas, certificados, acuerdos/contratos de compraventa internacional u otros se redacta o cumplimentan con rigor y coherencia discursiva, conforme a las ordenes recibidas, terminología, estructura y presentación adecuadas al tipo de documento y usos habituales del comercio internacional.

CR4.2 La correspondencia con los clientes/proveedores necesaria para la ejecución de las operaciones: faxes, cartas, comunicados, actas de reuniones

cve: BOE-A-2011-19501

de trabajo con clientes/proveedores internacionales u otra se redacta conforme a la estructura y normas habituales en las operaciones de compraventa comercio internacional.

CR4.3 Los informes y documentación comercial se elaboran ajustándose a criterios de corrección léxica, gramatical y semántica.

CR4.4 La documentación aduanera propia del comercio internacional, formulada en inglés, se cumplimenta correctamente con los términos y condiciones necesarios para la ejecución efectiva de la operación comercial.

CR4.5 Las transcripciones inversas de documentos relacionados con las actividades de comercio internacional: informes comerciales, instrucciones técnicas de productos, ordenes de trabajo u otros, se realizan ajustándose a criterios de exactitud y coherencia evitando calcos semánticos y sintácticos de los textos y utilizando las expresiones y jerga habitual en comercio internacional y utilizando esporádicamente el diccionario o herramientas de traducción.

CR4.6 La información procedente de las herramientas de traducción, manuales o informáticas, se utiliza adecuadamente aplicando criterios de contextualización y coherencia al documento o finalidad de la información escrita.

CR4.7 La documentación comercial elaborada se adecua al registro formal y/o informal de la operación comercial y a los usos y jerga propios del comercio internacional y normas socioculturales del receptor del documento escrito.

CR4.8 El lenguaje abreviado y terminología específica del comercio internacional se emplea con precisión agilizando la comunicación en faxes, foros *online, chats*, *sms* u otros.

RP5: Comunicarse oralmente en inglés, con fluidez, profundidad y espontaneidad, con clientes/proveedores de diferentes países, en situaciones de comunicación presencial y a distancia, con uno o varios interlocutores de manera que se potencien las relaciones y el desarrollo efectivo de las distintas operaciones de comercio internacional.

CR5.1 Las intervenciones orales en conversaciones y/o reuniones, con uno o varios interlocutores, se realizan de forma eficaz y fluida, relacionando lógicamente los puntos principales y favoreciendo la interacción con el cliente y/o proveedor respondiendo con prontitud a las cuestiones planteadas por el mismo.

CR5.2 En los distintos contextos profesionales propios del comercio internacional: reuniones, visitas, exposiciones de productos/servicios y negociaciones, se participa de forma activa solicitando o respondiendo con fluidez y precisión a las cuestiones que se le plantean.

CR5.3 Las conversaciones informales de diversa índole se desarrollan con fluidez, claridad y coherencia discursiva adaptándolas al registro y tono de la conversación.

CR5.4 En contextos profesionales de conflicto o negociación con clientes/proveedores extranjeros, se interactúa oralmente con recursos lingüísticos y técnicos suficientes, utilizando un lenguaje persuasivo y dejando claros los límites de la concesión que se está dispuesto a hacer.

CR5.5 En caso de quejas de los clientes e incidencias propias del comercio internacional se interponen argumentos con facilidad y espontaneidad sin necesidad de apoyo externo respondiendo con coherencia el mensaje.

CR5.6 Las entrevistas/consultas con clientes/proveedores de distintos países, en calidad tanto de entrevistado como de entrevistador, se realizan con fluidez, sin apoyo externo y manejando las interposiciones de los interlocutores sin problemas.

CR5.7 Las comunicaciones orales, presenciales o a distancia, se adecuan a las condiciones socioculturales del uso de la lengua e interlocutor/es, aplicando las normas de cortesía, cultura u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

cve: BOE-A-2011-19501

CR5.8 En las comunicaciones orales presenciales, el lenguaje corporal y comunicación no verbal se adecua a las condiciones socioculturales de los interlocutor/es, asegurando la recepción e interpretación adecuada de los mensajes al/a los interlocutor/es.

Contexto profesional

Medios de producción
Redes locales, *intranet e Internet*. Equipos informáticos, navegadores, correo electrónico. Aplicaciones informáticas entorno usuario y específicas: diccionarios, traductores, u otros, programas para videoconferencia y programas de presentación. Telefonía -fija y móvil-. Agendas manuales y electrónicas. Fuentes de referencia en inglés relativas al comercio internacional. Protocolo y fórmulas de cortesía en países extranjeros. Equipos audiovisuales. Fotocopiadoras, fax. Material y mobiliario de oficina.

Productos y resultados
Documentación en inglés propia del comercio internacional. Presentaciones orales en inglés con fluidez, naturalidad y eficacia. Traducciones orales y escritas, fluidas y exactas en inglés. Comunicaciones en inglés con clientes/proveedores internacionales. Adecuación sociolingüística de conversaciones en inglés con clientes/proveedores. Listados de fuentes de información *online* en inglés.

Información utilizada o generada
Documentación en inglés de operaciones de comercio internacional. Directrices, protocolos de procesos comerciales internacionales. Manuales en lengua inglesa de: correspondencia, gramática, usos y expresiones. Diccionarios monolingües, bilingües, de sinónimos y antónimos. Publicaciones diversas en inglés: manuales, catálogos, periódicos y revistas especializadas. Información publicada en Internet. Manuales de cultura y civilización del destinatario objeto de la comunicación.

III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

MÓDULO FORMATIVO 1

Denominación: GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: MF0242_3

Nivel de cualificación profesional: 3

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.

Duración: 230 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: información y gestión operativa de la compraventa internacional.

Código: UF1757

cve: BOE-A-2011-19501

Duración: 80 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1 y con las RP3 y RP4 en lo relativo a la gestión operativa y control de las operaciones de compraventa internacional.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Obtener información del marco legal y fiscal internacional en el que se realizan las operaciones de comercio internacional habitual de las empresas:

CE1.1 Describir las principales fuentes y canales de información utilizados en las empresas para la obtención de una base documental que apoye y suministre datos a las distintas operaciones de comercio internacional.
CE1.2 Analizar los modos de acceso más rápidos y precisos a las fuentes de información- buscadores, directorios, portales, u otros.
CE1.3 Identificar los principales bloques económicos internacionales explicando las características de cada uno de ellos.
CE1.4 A partir de distintos supuestos de operaciones de comercio internacional determinar el marco legal y fiscal exterior del país de destino/origen y de la mercancía y/o servicio a exportar/importar.
CE1.5 Reconocer las características y evolución del sector exterior español, tanto por países como productos, a partir de las fuentes de información de comercio exterior disponible.
CE1.6 Analizar las fases de integración económica de la Unión Europea, estableciendo las implicaciones que para el comercio ha tenido cada una, en especial la unión monetaria.
CE1.7 Identificar los Organismos y Acuerdos Internacionales y las funciones que tiene cada uno de ellos en la operativa y normativa del comercio internacional.
CE1.8 Identificar y explicar las principales barreras existentes al comercio internacional.
CE1.9 Identificar y explicar las principales instrumentos de apoyo y promoción a la internacionalización de las empresas.

C2: Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativos a las operaciones de comercio internacional.

CE2.1 Definir las técnicas de archivo más utilizadas en la organización de la información y documentación que se genera en la actividad comercial internacional.
CE2.2 Elaborar el fichero maestro de clientes y proveedores, seleccionando y estructurando la información obtenida de la aplicación informática de gestión de la relación con cliente que sea relevante para cada operación y aplicando el paquete integrado de gestión administrativa, para obtener la documentación necesaria.
CE2.3 Elaborar la información precisa que el cliente o proveedor demanden más usualmente sobre trámites administrativos y autorizaciones en la operación internacional, de acuerdo con los formatos establecidos.
CE2.4 Identificar los plazos adecuados que implican compromisos respecto a su actuación en las operaciones de comercio internacional.
CE2.5 Realizar el mantenimiento de bases de datos, introduciendo nuevos clientes o proveedores potenciales o modificando la información existente y elaborar informes a partir de la base de datos de dichos clientes.
CE2.6 Valorar la importancia de la transmisión de la imagen de la empresa en la documentación y comunicaciones formales con clientes, intermediarios o proveedores.

cve: BOE-A-2011-19501

C3: Realizar la gestión operativa de la compraventa internacional confeccionando la documentación requerida conforme a la legislación aplicable.

CE3.1 Identificar los organismos que intervienen en la gestión de la compraventa internacional y describir la documentación o certificaciones que expiden tanto en formato físico como electrónico.
CE3.2 Identificar e interpretar las cláusulas que normalmente se utilizan en los contratos de compraventa internacional.
CE3.3 Determinar las condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERM) más adecuadas y ventajosas a las características de la operación de compraventa internacional, en casos prácticos debidamente caracterizados.
CE3.4 Identificar los factores que influyen en la materialización de la operación de compraventa internacional, mediante un contrato o una orden de pedido.
CE3.5 Interpretar la normativa aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.
CE3.6 Confeccionar la factura proforma, en un caso práctico de compraventa, detallando los aspectos y condiciones esenciales de ejecución de la compraventa verificando que lo descrito en el documento cumple la normativa de contratación internacional y que se expresan todos los datos necesarios para ejecutar la operación.
CE3.7 Analizar, en el caso de importación, la oferta presentada por el proveedor, identificando aspectos negociados o los que se pueden negociar, teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.
CE3.8 Identificar los elementos básicos de la tarifa de precios analizando las diferencias en la presentación de ofertas en las operaciones de compraventa internacional habituales.
CE3.9 Confeccionar los documentos comerciales necesarios para la expedición de la mercancía, factura comercial, lista de contenido, comprobando que cumplen la normativa y lo acordado con el cliente, en supuestos prácticos debidamente caracterizados.
CE3.10 Identificar el proceso documental de una oferta y un pedido en la compraventa internacional.
CE3.11 A partir de un supuesto contrato de compra-venta internacional de mercancías:

– Identificar la normativa en materia de gestión y documentación administrativa aplicable al supuesto.
– Interpretar las condiciones de entrega e Incoterms.
– Confeccionar el contrato de compraventa y las cláusulas habituales teniendo en cuenta las condiciones establecidas.
– Definir las gestiones y documentación necesarias y los organismos implicados.

C4: Efectuar el control de la gestión operativa y documental de la compraventa internacional, mediante la utilización de medios físicos e informáticos:

CE4.1 A partir de una determinada operación de compraventa internacional, debidamente caracterizada:

– Comprobar el cumplimiento de las condiciones pactadas en la compraventa, INCOTERMS, condiciones de pago, transporte, seguro, entrega, riesgos, transferencia de la propiedad, normativa u otros.
– Indicar las gestiones necesarias a realizar con el servicio de expedición y servicio financiero para desarrollar los términos especificados en el contrato.

CE4.2 Identificar las causas de devolución de pedidos para definir líneas de actuación, informando a la organización.

cve: BOE-A-2011-19501

CE4.3 Analizar los motivos de resolución de un contrato, recopilando la documentación necesaria para prevención de conflictos, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Contenidos

1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional

– Comercio interior, exterior e internacional.
– El sector exterior español:
  ▫ Comercio de productos, servicios e inversiones.
  ▫ Relaciones comerciales por países y sectores.
– Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.
– Organismos Internacionales:
  ▫ Organización Mundial de Comercio. GATT
  ▫ Fondo Monetario Internacional.
  ▫ Grupo Banco Mundial.
  ▫ Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo (UNCTAD).
– La integración económica regional. Principales bloques económicos.
– La Unión Europea:
  ▫ Política comercial comunitaria.
  ▫ Mercado Único.

2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales

– Barreras arancelarias:
  ▫ Arancel de Aduanas.
  ▫ Tipos de derechos arancelarios.
  ▫ Exenciones o bonificaciones: incondicionadas y condicionadas.
– Barreras no arancelarias:
  ▫ Medidas cuantitativas: contingentes a la importación, restricciones voluntarias a la exportación, medidas de efecto equivalente.
  ▫ Barreras técnicas, sanitarias y medioambientales. Normalización, homologación y certificación: objetivo y finalidad, instituciones de homologación, productos y procedimientos de homologación, certificados, certificación de seguridad y patentes, licencias y otros documentos
  ▫ Barreras fiscales.
– Medidas de defensa comercial:
  ▫ Medidas antidumping.
  ▫ Medidas antisubvención.
  ▫ Medidas de salvaguardia.

3. Fuentes de información en el comercio internacional

– Información de comercio internacional:
  ▫ Información comercial de clientes y proveedores internacionales
  ▫ Información de los países de origen y/o destino.
  ▫ Información de apoyo a la internacionalización de la empresa.
– Canales y fuentes de información en el comercio internacional:
  ▫ Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
  ▫ Cámaras de Comercio.
  ▫ Oficinas comerciales.
  ▫ Asociaciones Empresariales.
  ▫ Entidades financieras.
  ▫ Organismos Internacionales.
  ▫ Agencia Tributaria. Dirección General de Aduanas.
– Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
– Gestión de la información de comercio internacional:

cve: BOE-A-2011-19501

- Técnicas de archivo y actualización de la información.
- Criterios de organización y archivo de la información.
- Elaboración de bases de datos y aplicaciones informáticas.

4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en comercio internacional

– Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales:
  - directorios, portales y guías multisectoriales.
  - e-market places sectoriales y otros.
  - Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas.
– Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización:
  - Frecuencia de compra /venta.
  - Volumen.
  - Rentabilidad.
  - Otros.
– Tipos de archivos de los clientes/proveedores:
  - Principal.
  - Secundario.
  - Físico.
  - Informático.
– Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores:
  - Elementos.
  - Codificación.
  - Modelos.
  - Aplicaciones informáticas aplicadas a la confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores.
– Control de clientes/proveedores:
  - Frecuencia de pedidos.
  - Consumo.
  - Tamaño de los pedidos.
  - Variaciones en compras/ventas.
  - Cumplimiento de plazos y condiciones de pago, entrega y otros.
  - Incidencias.
  - Rentabilidad.
– Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.
– Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional.

5. Condiciones de la compraventa internacional

– Operaciones de compraventa internacional.
  - Obligaciones de las partes que intervienen.
– Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional.
– Condiciones de entrega en el comercio internacional (INCOTERMS):
  - Concepto.
  - Finalidad y alcance.
  - Aspecto contractual de los INCOTERMS.
  - Utilización de los INCOTERMS según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de pago o cobro internacional.
  - Revisiones. Análisis INCOTERMS.
  - Clasificación de los INCOTERMS en grupos.
  - Obligaciones de comprador y vendedor según incoterms.
  - Transmisión de costes y de riesgos.
– Interpretación práctica de cada INCOTERM.

6. Elaboración de ofertas en comercio internacional

– Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.
– Oferta internacional:

cve: BOE-A-2011-19501

- Información básica de la oferta.
- Elaboración.
- Presentación.
- Negociación de la oferta comercial.
- Importancia de la tarifa de precios en la relación de compraventa.
- Condiciones de entrega y tarifa de precios.

– Elementos de la tarifa de precios:
- Producto.
- Unidad de venta.
- Vigencia.
- Precio y condiciones internacionales de entrega: los incoterms.
- Información complementaria, observaciones y aclaraciones.

– Presentación de la tarifa:
- Tarifa general de la empresa.
- Tarifa personalizada: por país, por cliente.
- Incoterms.

7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional

– Proceso documental de la operación comercial.
- Información y documentación de la operación a conservar.

– Orden de pedido:
- Contenido.
- Revisión.
- Pedido en firme.
- Confirmación del pedido.

– Preparación del pedido. Lista de contenido.

– Factura proforma:
- Elaboración.
- Contenido.
- Presentación.

– Factura comercial:
- Función.
- Elaboración.
- Contenido.
- Presentación.

8. Aplicaciones informáticas en gestión administrativa del comercio internacional

– Aplicaciones generales, función y utilidades:
- Procesadores de texto
- Bases de datos.
- Hojas de cálculo.
- Presentaciones.
- Agendas y otros.

– Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización:
- Área comercial.
- Área fiscal.
- Área administrativa.
- CRM, Gestor de relaciones con clientes.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1758

cve: BOE-A-2011-19501

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3 y con RP4 en ambas, en lo relativo a la gestión aduanera de las operaciones de comercio internacional.

Capacidades y criterios de evaluación

C1 Analizar los procedimientos aduaneros relativos al comercio internacional de mercancías, según la normativa vigente.

CE1.1 Identificar el régimen administrativo y comercial de la operación de compraventa internacional analizando las implicaciones que tiene en los procedimientos y gestiones de las transacciones.

CE1.2 Detectar las diferencias esenciales entre la tramitación de una importación/exportación y una introducción/expedición.

CE1.3 Explicar las reglas de atribución del origen de las mercancías que se aplican en el ámbito comunitario.

CE1.4 Identificar e interpretar la regulación de las exportaciones y de las importaciones y sus consecuencias en la tramitación de la documentación correspondiente.

CE1.5 Describir la documentación correspondiente a las operaciones de exportación/importación, introducción y/o expedición de mercancías, explicando la función del DUA. (Documento Único Administrativo) y del sistema INTRASTAT, los procedimientos para su tramitación y los plazos exigidos por la normativa vigente para su presentación.

CE1.6 A partir de la información legal y fiscal del país de destino de distintos tipos de mercancías y/o servicio a exportar determinar la documentación y requisitos a cumplir para la gestión aduanera en origen y destino.

C2 Elaborar la documentación necesaria para la gestión de las operaciones de importación/ exportación e introducción/expedición de mercancías.

CE2.1 Interpretar la normativa aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.

CE2.2 Definir la estructura del Arancel de aduanas y los procedimientos para su gestión, aplicando dicha información en la cumplimentación de la documentación administrativa y aduanera.

CE2.3 Describir el proceso de codificación de las mercancías objeto de la operación de compraventa en su partida arancelaria utilizando los medios físicos e informáticos disponibles, en casos prácticos debidamente caracterizados.

CE2.4 Calcular el valor en aduana y cumplimentar DV1 en operaciones de importación, debidamente caracterizadas.

CE2.5 Identificar los casos en que es necesario presentar el DUA, confeccionándolo de acuerdo con la normativa vigente y los procedimientos establecidos, en casos prácticos debidamente caracterizados.

CE2.6 Identificar los documentos que la normativa exige para el tránsito internacional (licencia de importación y exportación. Declaración de tránsito comunitario y/o común, DUA, facturas comerciales y/o proformas, Certificados, etcétera).

CE2.7 Reconocer y explicar la función de los modelos documentales asociados a certificados de origen, licencias de exportación e importación, documentos de transporte y seguro, así como toda la documentación relacionada con una operación de comercio internacional.

CE2.8 Identificar los certificados que deben acompañar a la mercancía -certificados sanitarios, veterinarios, SOIVRE, Cites, u otros- determinando su forma, lugar y momento de emisión y cumplimentación.

cve: BOE-A-2011-19501

CE2.9 Analizar los certificados que permiten acogerse a exenciones y/o reducciones arancelarias, EUR1, Formularios A, ATR, etc, determinando su forma, lugar y momento de emisión, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
CE2.10 Identificar los organismos que emiten y gestionan los documentos electrónicos de un caso práctico de comercio internacional debidamente caracterizado.
CE2.11 Identificar los formularios del sistema INTRASTAT, realizando la cumplimentación de declaraciones siguiendo la normativa vigente, en casos prácticos debidamente caracterizados.

C3: Analizar el cumplimiento de la operativa aduanera de la operación, realizando las comprobaciones precisas.

CE3.1 Identificar el cumplimiento de la normativa de comercio internacional, teniendo en cuenta las modificaciones que en ésta se produzcan y las implicaciones en la operación, realizando los ajustes oportunos, siguiendo los procedimientos establecidos.
CE3.2 Verificar que se dispone de todos los documentos administrativos, aduaneros, comerciales, necesarios para la operación, comprobando que la cumplimentación es correcta, en casos prácticos debidamente caracterizados.
CE3.3 Identificar las gestiones a realizar en el caso en el que se produzcan incidencias durante el desarrollo de la operación.
CE3.4 Analizar las responsabilidades y costes por la incorrecta aplicación de los procedimientos y exigencias aduaneras, especialmente normativa sobre contrabando.

Contenidos

1. El sistema aduanero y la normativa de comercio internacional
- Concepto y función de las aduanas.
- Territorio aduanero. Territorio Aduanero Comunitario.
- Operadores.
- Mercancías comunitarias y no comunitarias.
- Derecho Aduanero:
  - Fuentes del derecho aduanero.
  - Código Aduanero Comunitario: contenido, ámbito de aplicación y estructura.
- Regímenes comerciales y administrativos:
  - Análisis de los regímenes.
  - Implicaciones en la documentación y procedimiento aduanero.
  - Documentos específicos de cada régimen.

2. Clasificación arancelaria de las mercancías
- La tarifa aduanera.
- La nomenclatura:
  - Nomenclaturas Uniformes.
  - Sistema Armonizado de designación y codificación de las mercancías.
  - Nomenclatura Combinada.
- Arancel Integrado Comunitario. TARIC:
  - Utilización.
  - Organización.
  - Estructura.
  - Consulta.
  - Reglas.

cve: BOE-A-2011-19501

3. Atribución del origen de las mercancías

- Concepto de origen en el Código Aduanero Comunitario.
- Criterios de atribución del origen en la Unión Europea:
  - Origen preferencial
  - Origen no preferencial.
  - Exenciones o bonificaciones condicionadas al origen de las mercancías:
- Documentos:
  - Certificado de Origen.
  - Certificado de origen modelo A. Certificado de origen modelo APR.
  - Certificado de circulación EUR1. Certificado de circulación EUR2.
  - Otros.

4. Cálculo y declaración del valor en aduana de las mercancías

- Concepto de valor en aduana.
- Condicionantes al valor en aduana de las mercancías.
- Métodos de valoración:
  - Método principal: valor de transacción.
  - Métodos secundarios.
  - Ajustes de valor en aduana.
- Cálculo del valor en aduana en importaciones por vía aérea.
- Documentos de declaración de valor en aduana:
  - DV1.
  - DV1 bis.

5. Identificación y procedimiento de los destinos aduaneros

- Importación. Despacho a libre práctica.
- Despacho a consumo:
  - Conceptos.
  - Procedimiento de despacho de importación: Presentación de mercancías. Declaración sumaria. Depósito temporal. Declaración aduanera.
  - Procedimientos simplificados.
  - Otros tipos.
- Exportación:
  - Declaración aduanera de exportación.
  - Procedimiento de despacho de exportación
- Regímenes económicos y/o suspensivos: concepto, concesión y funcionamiento:
  - Depósito temporal.
  - Perfeccionamiento activo.
  - Perfeccionamiento pasivo.
  - Admisión o importación temporal.
- Tránsito: concepto, regulación legal y funcionamiento:
  - Tránsito comunitario externo.
  - Tránsito comunitario interno.
- Depósitos y zonas francas:
  - Concepto de zona franca y de depósito franco.
  - Funcionamiento.
- Reexportación, destrucción y abandono de las mercancías.

6. La deuda aduanera

- Composición.
- Normativa aplicable.
- Exigibilidad de la deuda aduanera:
  - Deuda aduanera de importación, de exportación.

cve: BOE-A-2011-19501

- Base imponible de los derechos.
- Intereses.

– Contracción y extinción de la deuda aduanera.

7. Gestión de documentos aduaneros

– Documento Único Administrativo, DUA:
- Normativa.
- Tipo de declaraciones.

– Cumplimentación del DUA.
- Formularios.

– Presentación:
- Plazo,
- Presentación en papel,
- Presentación por el sistema de transmisión electrónica de datos.

– Documentos que deben presentarse junto al DUA.
- comerciales,
- seguro,
- transporte,
- certificados,
- homologaciones y
- otros.

– Rectificación e invalidación de declaraciones.
– Comprobación de las declaraciones.
– Sistema estadístico, INTRASTAT:
- La estadística en el comercio intracomunitario.
- Aplicación. Normativa.
- Tipo de declaraciones.
- Formularios.
- Operaciones sujetas.
- Obligados estadísticos.
- Umbrales estadísticos.
- Cumplimentación.
- Presentación.
- Sanciones.

– Aplicación de Internet y del sistema de transmisión electrónica de datos:
- En la solicitud de documentos.
- En la emisión de documentos.
- En la legalización de documentos.

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1759

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3 en lo relativo a liquidación de impuestos que afectan a las operaciones de comercio internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Calcular las cuotas liquidables de los impuestos que afectan a las operaciones de comercio internacional, elaborando la documentación correspondiente a sus declaraciones – liquidaciones y aplicando la normativa fiscal vigente.

CE1.1 Diferenciar las obligaciones y repercusiones fiscales del comprador y del vendedor en operaciones intracomunitarias en el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

CE1.2 Describir las exigencias formales que debe cumplir el exportador de mercancías para tener derecho a la devolución del IVA soportado.

CE1.3 Precisar la situación fiscal especial de Canarias y de Ceuta y Melilla, identificando las características de cada una de ellas.

CE1.4 Identificar los tipos impositivos aplicables en el IVA en operaciones de comercio internacional.

CE1.5 Identificar los mecanismos existentes para evitar la doble imposición internacional.

CE1.6 Precisar los plazos y procedimientos de declaración – liquidación de los Impuestos que afectan a la operativa internacional.

CE1.7 Reconocer las características de cada uno de los Impuestos Especiales que afectan a operaciones de comercio internacional.

CE1.8. Identificar la documentación necesaria para la gestión y liquidación de los Impuestos Especiales en operaciones internacionales.

CE1.9 A partir de la información de una operación de compraventa internacional de mercancías con terceros países, debidamente caracterizada, se solicita:

- Identificar el tipo de operación a efectos de IVA.
- Calcular la base imponible del impuesto.
- Aplicar el tipo impositivo adecuado a la operación.
- Calcular la cuota tributaria a efectos del IVA
- Cumplimentar los documentos de declaración liquidación del Impuesto, el DUA, de acuerdo con la normativa vigente.

CE1.10 A partir de una determinada operación de compraventa intracomunitaria, se solicita:

- Identificar el hecho imponible y el lugar de realización del mismo.
- Realizar un esquema operativo de la operación.
- Precisar las obligaciones fiscales que corresponden al sujeto pasivo.
- Calcular el IVA liquidable, cumplimentando la declaración-liquidación correspondiente a la operación.

Contenidos

1. Elementos de fiscalidad en el comercio internacional

– Consideraciones generales de fiscalidad internacional.
  - Obligaciones fiscales en las operaciones de compraventa internacional.
  - El mercado único europeo: comercio intracomunitario y con terceros países.
  - Fiscalidad en el país de destino.
  - Doble imposición internacional.

– Conceptos básicos de los impuestos:
  - Hecho imponible.
  - Sujeto pasivo.
  - Base imponible.
  - Tipos impositivos.
  - Deuda.

cve: BOE-A-2011-19501

– Aplicaciones informáticas para la gestión fiscal de las operaciones de comercio internacional.

2. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en el comercio exterior

– Conceptos básicos del IVA.
– Tipos de operaciones sujetos a IVA
– El IVA en las operaciones intracomunitarias:
  ▫ Hecho imponible.
  ▫ Lugar de realización del hecho imponible.
  ▫ Sujeto pasivo.
  ▫ Operaciones no sujetas. Exenciones.
  ▫ Base imponible.
  ▫ Tipos impositivos.
  ▫ Devengo.
  ▫ Deducciones.
  ▫ Esquema operativo.
  ▫ Obligaciones y repercusiones fiscales para el vendedor.
  ▫ Obligaciones y repercusiones fiscales para el comprador.
  ▫ Normativa.
  ▫ El IVA en la prestación de servicios intracomunitarios.
- El IVA en las operaciones con terceros países: Importaciones.
  ▫ Operaciones asimiladas a la importación.
  ▫ Hecho imponible.
  ▫ Lugar de realización del hecho imponible.
  ▫ Sujeto pasivo.
  ▫ Exenciones.
  ▫ Base imponible.
  ▫ Tipos impositivos.
  ▫ Devengo.
  ▫ Deducciones.
  ▫ Esquema operativo
  ▫ Elementos formales.
  ▫ Normativa.
  ▫ Liquidación del impuesto e inclusión en el DUA.
- El IVA en las operaciones con terceros países: Exportaciones.
  ▫ Concepto.
  ▫ Exenciones.
  ▫ Solicitud de devolución del IVA soportado.
  ▫ Obligaciones formales y normativa.DUA.
- El IVA en las operaciones especiales:
  ▫ Ventas a distancia.
  ▫ Operaciones triangulares.

3. Impuestos y Regímenes Especiales

– Tipos de Impuestos Especiales.
– Consideraciones generales sobre los impuestos especiales:
  ▫ Hecho imponible.
  ▫ Sujetos pasivos.
  ▫ Supuestos de no sujeción. Exenciones.
  ▫ Liquidación de impuestos e inclusión en documentación.
– Gestión de los impuestos especiales a las operaciones de comercio exterior.
– Régimen fiscal especial de las Islas Canarias, Ceuta y Melilla
  ▫ Consideraciones generales.
  ▫ Tipos de tributos y operativa: Canarias y Ceuta y Melilla.

cve: BOE-A-2011-19501

UNIDAD FORMATIVA 4

Denominación: EL SEGURO DE MERCANCÍAS EN COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1760

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP2.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar las variables que determinan el seguro de una mercancía en operaciones de comercio internacional y las actuaciones derivadas de su aplicación.

CE1.1 Describir los elementos reales y formales que deben caracterizar un contrato de seguro en el tránsito internacional de mercancías.

CE1.2 Identificar y definir los tipos de pólizas de seguro más importantes utilizadas en el comercio internacional.

CE1.3 Identificar y explicar la cobertura de las cláusulas que se incluyen normalmente en las pólizas de seguro de cada modalidad de transporte y citar algunas cláusulas complementarias que se puedan incluir.

CE1.4 Explicar las variables relevantes para la selección de seguros en el tránsito internacional de mercancías y su relación.

CE1.5 Describir los procedimientos de contratación de seguros en operaciones de comercio internacional y de declaración- liquidación de siniestros asegurados.

CE1.6 A partir de la definición de una operación de compraventa internacional de mercancías:

– Identificar posibles riesgos en el transporte y en los demás aspectos de la operación.
– Identificar las necesidades de cobertura de la operación.
– Deducir el posible clausulado de la póliza de seguros.

CE1.7 A partir de varias pólizas de seguro con distintos tipos de cobertura en determinados aspectos reflejados en su clausulado y con distinto importe de la prima, relativas a una operación de comercio internacional convenientemente caracterizada:

– Interpretar el clausulado y extraer conclusiones respecto a la cobertura de cada póliza.
– Deducir la más idónea para la operación valorando todos los parámetros que definen a cada una.

CE1.8 A partir de un supuesto de incidencias aparecidas en una operación de comercio internacional cubierta por una póliza de seguros:

– Identificar e interpretar la normativa aplicable.
– Interpretar el clausulado de la póliza.
– Identificar la documentación y plazos necesarios para gestionar la solución de dicha incidencia.
– Deducir la solución más idónea y describir el procedimiento que se debe seguir.

CE1.9 Identificar los principales proveedores de seguros mediante el uso de herramientas informáticas, acceder a sus páginas web y descargar correctamente las aplicaciones informáticas que permiten la tramitación y gestión integrada del riesgo a distancia.

Contenidos

1. Aspectos básicos del seguro en el comercio internacional

- Conceptos: seguro, franquicia, prima, sobreprima, extorno, reaseguro, coaseguro.

cve: BOE-A-2011-19501

- Clasificación de los seguros en operaciones de comercio internacional.
    - Seguro de crédito a la exportación.
    - Seguro de la mercancía.
    - Seguro del transporte.
    - Seguro de responsabilidad civil.
    - Seguro de caución: garantías aduaneras y garantía de importador/exportador.
- Fases del seguro: riesgo, siniestro, daño.
- Elementos intervinientes en el contrato de seguro:
    - Elementos personales.
    - Elementos reales.
    - Elementos formales.
- Derechos y obligaciones de las partes.
- Tipos de pólizas.
    - Riesgos cubiertos y excluidos.
    - Pólizas flotantes en base a la declaración de valor.
- Duración de cobertura de la póliza: principio y fin de la operación

2. Particularidades del seguro según el medio de transporte

-Transporte por carretera.
- Transporte por ferrocarril.
- Transporte aéreo:
    - Seguro de cascos.
    - Seguro de mercancías.
    - Seguro de responsabilidad civil y de accidentes.
- Transporte marítimo:
    - Características del contrato de seguro marítimo.
    - Intereses asegurables.
    - Pólizas.
- Seguro y garantía de contenedores: carta de garantía.

3. Tramitación y liquidación de siniestros

- Procedimiento de tramitación.
- Liquidación de siniestros:
    - Plazos.
    - Normativa.
- Tramitación y gestión a través de Internet y de otros medios tecnológicos.
- Previsiones a tomar en caso de siniestro:
    - Embarque marítimo
    - Embarque aéreo.
    - Embarque terrestres.
- Cláusula de eximición de responsabilidad al transportista.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1757	80	75
Unidad formativa 2 – UF1758	90	80
Unidad formativa 3 – UF1759	30	25
Unidad formativa 4 – UF1760	30	25

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

Código: MF0243_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.

Duración: 180 horas.

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

Código: UF1761

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, y RP5.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir y analizar las operaciones de cálculo financiero en la toma de decisiones de financiación en operaciones de compraventa internacional.
CE1.1 Explicar las diferentes características que pueden presentar los mercados financieros.
CE1.2 Identificar las principales funciones de los intermediarios financieros.
CE1.3 Calcular el tanto efectivo de coste de los préstamos en casos prácticos debidamente caracterizados, teniendo en cuenta las comisiones aplicables.
CE1.4 Determinar la relación que existe entre valor inicial y final de rentas.
CE1.5 Explicar el concepto de renta en función de sus términos, del número de éstos y del vencimiento de los mismos.
CE1.6 Definir los conceptos de interés nominal e interés efectivo o tasa anual de equivalencia (TAE) y la forma de calcularlos.
CE1.7 Explicar las variables que intervienen en la amortización de un crédito, precisando la forma de calcularlas según los sistemas de amortización más utilizados.

cve: BOE-A-2011-19501

C2: Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativas a las operaciones de financiación del comercio internacional.

CE2.1 Describir las principales fuentes y canales de información utilizados en las empresas para la obtención de una base documental que apoye y suministre datos a las distintas operaciones de financiación de comercio internacional.

CE2.2 Definir las técnicas de archivo más utilizadas en la organización de la información y documentación que se genera en la actividad financiera internacional.

CE2.3 Identificar las fuentes primarias básicas de financiación bancaria (Organismos multinacionales, regionales y estatales) y las fuentes secundarias de financiación a la exportación e importación, (empresas trading, sociedades importación y exportación y otras instituciones y entidades relacionadas con el crédito comercial) de las que se puede obtener la información sobre posibilidades de financiación.

CE2.4 Identificar los organismos públicos, asociaciones y agrupaciones nacionales y extranjeras que interesan a las empresas para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación.

CE2.5 Obtener la información de los mercados financieros internacionales fiable, necesaria y comparable aplicando las técnicas de investigación comercial adecuadas.

C3: Analizar las distintas modalidades de crédito para financiar operaciones de importación y de exportación, realizando una adecuada elección.

CE3.1 Enumerar y describir las modalidades de crédito que se pueden utilizar en una operación de venta internacional identificando la normativa que las regula y explicando los artículos referentes a las condiciones generales de los mismos y a los casos especiales.

CE3.2 Diferenciar el préstamo del crédito como instrumentos de financiación internacional.

CE3.3 Analizar las ventajas e inconvenientes de las principales modalidades de financiación internacional para la exportación y para la importación, según sea la moneda de facturación y de financiación.

CE3.4 Valorar la importancia de detectar las necesidades de financiación de la empresa u organización en las operaciones de compraventa internacional para la elección de la adecuada modalidad.

CE3.5 Dada una operación de compraventa internacional convenientemente caracterizada con pago aplazado:

– Elegir la modalidad de crédito adecuada a la operación, justificando la elección.
– Analizar las diferentes posibilidades según sea la moneda de facturación y de financiación.

C4: Elaborar la documentación necesaria para la gestión de los créditos a las exportaciones e importaciones con el fin de facilitar las operaciones de compraventa internacional.

CE4.1 Identificar la documentación contractual requerida por las entidades financieras concedentes de financiación, en función de la modalidad establecida.

CE4.2 Cumplimentar correctamente la documentación que sea necesario entregar a las entidades financieras o enviar directamente a los clientes, cumpliendo la normativa vigente.

CE4.3 Valorar la utilización de herramientas informáticas en la correcta cumplimentación de la documentación solicitada por las entidades financieras.

CE4.4 Dada una operación de venta internacional convenientemente caracterizada, con cobro aplazado, identificar los requisitos necesarios para que las empresas puedan recibir créditos en tiempo y forma, analizando las siguientes variables:

– El tipo de exportación y país de destino.
– Plazos y momentos para la devolución del crédito.

cve: BOE-A-2011-19501

– Importe del crédito e intereses.
– Cobertura de riesgos.

CE4.5 Dada una operación de compra internacional convenientemente caracterizada, con pago aplazado, identificar los requisitos necesarios para que las empresas puedan recibir financiación en tiempo y forma, analizando las siguientes variables:
– El tipo de importación y país de origen.
– Plazos y momentos para la devolución del crédito.
– Importe del crédito e intereses.
– Cobertura de riesgos.

Contenidos

1. Aspectos básicos del sistema financiero y de las operaciones financieras
– Definición y funciones del sistema financiero.
– Los mercados financieros:
  ▫ Características.
  ▫ Tipos de mercados y operaciones.
– Los intermediarios financieros:
  ▫ Funciones.
  ▫ Instrumentos financieros.
– Los activos financieros:
  ▫ Tipos.
  ▫ Características.
– Análisis de la Unión Económica y Monetaria de la Unión Europea:
  ▫ Fases y criterios de convergencia.
  ▫ El euro. El Banco Central Europeo.

2. Operaciones y cálculo financiero
– Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento.
  ▫ Operación financiera.
  ▫ Leyes financieras.
– ▫ Capitalización simple y capitalización compuesta.
  ▫ La actualización o descuento: cálculo del valor actual y del descuento.
  ▫ Equivalencia de capitales.
  ▫ Fraccionamiento del tanto de interés. Tantos equivalentes.
– ▫ Cálculo de: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR).
– Rentas financieras: concepto, elementos que intervienen, valor actual y valor final y aplicación:
  ▫ Rentas constantes.
  ▫ Rentas variables.
– Aplicaciones informáticas de gestión financiera:
  ▫ Hojas de cálculo en operaciones financieras: Introducción de fórmulas financieras. Análisis de resultados. Archivo. Otros.
  ▫ Bases de datos: Definición y utilización de informes y formularios. Introducción de datos. Archivo.

3. Instrumentos de financiación de operaciones de comercio internacional
– Tipos de instrumentos: diferencias y similitudes.
– Préstamo:
  ▫ Concepto, elementos y características básicas.
– Sistemas de amortización de los préstamos:
  ▫ Amortización mediante reembolso único.
  ▫ Amortización mediante una renta.

cve: BOE-A-2011-19501

- Crédito:
  - Concepto,
  - Elementos,
  - Clases.

4. Financiación de las operaciones de exportación

- Créditos de pre-financiación:
  - Concepto. Tipos.
  - Documentación: Póliza de préstamo. Póliza de crédito.
- Créditos de post-financiación: financiación del aplazamiento de pago.
- Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica.
- Financiación de las exportaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa.
  - Sin cobertura de riesgo de cambio.
  - Con cobertura de riesgo de cambio.
- Financiación de las exportaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica.
  - Sin cobertura de riesgo de cambio.
  - Con cobertura de riesgo de cambio.
- Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en divisas:
  - En la misma divisa.
  - En distinta divisa.
- Documentación.
- Búsqueda de información sobre financiación de exportaciones: fuentes físicas e informáticas.

5. Financiación de las operaciones de importación

- Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica.
- Financiación de las importaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa.
  - Sin cobertura de riesgo de cambio.
  - Con cobertura de riesgo de cambio.
- Financiación de las importaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica.
  - Sin cobertura de riesgo de cambio.
  - Con cobertura de riesgo de cambio.
- Financiación de las operaciones de importación facturadas y financiadas en divisas:
  - En la misma divisa.
  - En distinta divisa.
- Documentación.
- Búsqueda de información sobre financiación de importaciones: fuentes físicas e informáticas.

6. Otras formas de financiación de las operaciones de comercio internacional

- Factoring:
  - Modalidades.
  - La firma del contrato de factoring.
  - Modalidades.
  - La tarifa de factoraje y el tipo de interés.
  - Partes que intervienen.
  - Operativa.
  - Plazos de cobro.

cve: BOE-A-2011-19501

- Forfaiting:
  - Requisitos para la formalización.
  - Plazo de las operaciones.
  - Partes que intervienen.
  - Operativa.
  - Características. Diferencias con factoring.
  - Coste.
- Operaciones de compensación:
  - Concepto y características de las operaciones de compensación como medio de financiación de las operaciones de comercio internacional.
  - Modalidades de las operaciones de compensación.
  - Ventajas de su uso y aplicaciones prácticas.
- Financiación de operaciones triangulares:
  - Concepto y operativa.
  - Instrumentalización y ventajas que presentan las operaciones triangulares.

7. Financiación de las operaciones de comercio internacional con apoyo oficial

- Programas de apoyo a la internacionalización.
  - Instituto Español de Comercio Exterior:
- Programas de apoyo a las inversiones exteriores:
  - Plan de apoyo a Proyectos de Inversión.
  - Línea Instituto de Crédito Oficial.
  - Otros.
- Programas de apoyo de la Unión Europea.
  - Compañía Española de Financiación del Desarrollo.
- El Crédito Oficial a la Exportación:
  - Características. Bienes y servicios financiables. Entidades participantes. Tramitación. Modalidades de Crédito.
  - Condiciones aplicables: Base de financiación. Tipos de interés aplicables-Reembolso del principal e intereses.
  - El consenso OCDE.
  - Crédito FAD: Características y requisitos. Participantes. Condiciones de financiación y proceso de obtención.
  - Créditos CARI: Concepto. Partes que intervienen. Características. Tramitación.
  - Crédito comprador: Concepto. Partes que intervienen. Características. Tramitación.
- Apoyo financiero oficial de las Administraciones autonómicas y locales.
- Cámaras de Comercio: Plan Cameral. Comités de cooperación empresarial

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: ANÁLISIS DE RIESGOS Y MEDIOS DE COBERTURA EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL.

Código: UF1762

Duración: 60 horas.

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3 y RP4.

cve: BOE-A-2011-19501

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar la información relacionada con el mercado de divisas y las implicaciones en el comercio internacional.

CE1.1 Describir el funcionamiento general del mercado de divisas.

CE1.2 Interpretar y utilizar la terminología habitual en el mercado de divisas.

CE1.3 Identificar y describir las operaciones financieras más usuales en divisas.

CE1.4 Explicar los efectos de la Unión Monetaria y el establecimiento del euro en las operaciones de comercio internacional.

CE1.5 Identificar e interpretar el marco legal de los intercambios de divisas desde el punto de vista de su operativa.

CE1.6 Diferenciar el mercado de divisas de contado y a plazo.

CE1.7 Analizar las variables que influyen en las fluctuaciones de los tipos de cambio de divisas.

CE1.8 A partir de la información publicada en prensa durante dos semanas sobre el mercado de divisas:

- Interpretar los datos que se recogen en esa información.
- Analizar las fluctuaciones de una determinada divisa y deducir algunas implicaciones que podría tener en una operación comercial convenientemente caracterizada.
- Analizar las fluctuaciones de los tipos de interés de una determinada divisa y deducir algunas implicaciones que podría tener en una operación comercial convenientemente caracterizada.

C2: Analizar el riesgo de cambio y las modalidades de cobertura de éste en las operaciones de comercio internacional en divisas:

CE2.1 Explicar las razones de la existencia de riesgo de cambio y la influencia de la implantación de la moneda única en el mismo.

CE2.2 Identificar las diferencias entre las opciones sobre divisas y el seguro de cambio.

CE2.3 Describir el funcionamiento del seguro de cambio, como sistema de cobertura de riesgo.

CE2.4 Relacionar la cobertura apropiada a partir de un determinado riesgo de cambio, teniendo en cuenta las variables que influyen en la decisión y justificando la utilización de los instrumentos de cobertura, en casos prácticos debidamente caracterizados.

CE2.5 Dada una operación de compraventa internacional caracterizada y una información sobre el mercado de divisas:

- Elegir la divisa más adecuada a la operación.
- Calcular los costes y riesgos de la divisa elegida.
- Explicar la conveniencia, en su caso, de utilizar una determinada cobertura de riesgo de cambio y/o riesgo de interés de la divisa.

C3: Determinar la cobertura adecuada de los posibles riesgos en operaciones comerciales internacionales.

CE3.1 Analizar los riesgos financieros más habituales asociados a una operación internacional.

CE3.2 Explicar las principales modalidades de cobertura de riesgos en los créditos a la exportación.

CE3.3 Identificar e interpretar la normativa legal que regula los seguros de crédito en el comercio internacional.

CE3.4 Esquematizar y explicar los distintos instrumentos de cobertura de riesgos de cobro.

CE3.5 Deducir las posibles implicaciones y consecuencias inherentes a un determinado riesgo financiero.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.6 Analizar las diferencias entre factoring y forfaiting y entre seguro de crédito a la exportación y factoring, como instrumentos de cobertura de riesgos.
CE3.7 Identificar los principales proveedores de cobertura de riesgos financieros mediante el uso de herramientas informáticas, acceder a sus páginas *web* y descargar correctamente las aplicaciones informáticas que permiten la tramitación y gestión integrada del riesgo a distancia.

Contenidos

1. **Organización del mercado de divisas**
   - Concepto y función del mercado de divisas.
   - Funcionamiento del mercado de divisas y operaciones más comunes.
     - Oferta.
     - Demanda.
   - Referencias normativas sobre operaciones de compraventa de divisas y transacciones con el exterior.
   - El tipo de cambio:
     - Sistemas de fijación.
     - Factores determinantes.
     - Variaciones.
     - Operaciones al contado.
     - Operaciones a plazo.
   - El tipo de interés de la divisa.

2. **Análisis del riesgo de cambio e interés en operaciones de comercio internacional y su cobertura**
   - El riesgo de cambio.
   - El Seguro de cambio:
     - Concepto y características.
     - Formación de los cambios.
     - Coste o rendimiento del seguro de cambio.
   - Opciones sobre divisas:
     - Concepto, características y aplicaciones.
     - Clases de opciones:
     - Determinación del precio de una opción.
   - Futuros sobre divisas:
     - Concepto, características y funcionamiento.
   - Otros instrumentos de cobertura: Cuentas en divisas. Otros.
   - El riesgo de interés. Cobertura:
     - Futuros en tipos de interés.
     - *Swaps* de tipos de interés.
     - Otros elementos de cobertura: *Caps, Floors*, etc.
   - Utilización de herramientas informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos de cambio e interés:
     - Búsqueda de información: Internet.
     - Aplicaciones informáticas sobre operaciones con divisas.

3. **Otros riesgos en operaciones de comercio internacional y su cobertura**
   - Tipos de riesgo:
     - Riesgo comercial.
     - Riesgo político.
     - Riesgo extraordinario.
     - Otros riesgos.
   - Seguro de crédito a la exportación:
     - Concepto y características generales.
     - Riesgos susceptibles de cobertura.

cve: BOE-A-2011-19501

- Contratación del seguro: sujetos que intervienen y obligaciones de las partes.
- Compañías que operan en el mercado del Seguro de Crédito a la exportación: CESCE. Otras compañías.
- Modalidades de las pólizas y coberturas.
- Normativa aplicable: normativa general de la actividad aseguradora. Normativa del seguro de crédito a la exportación.

– *Factoring* como instrumento de cobertura de riesgos:
- Características y funcionamiento.
- Tipos de riesgos que cubre el factoring internacional.
- Diferencias con el seguro de crédito a la exportación.

– *Forfaiting* como instrumento de cobertura de riesgos:
- Características y funcionamiento.
- Tipos de riesgos que cubre el *forfaiting* internacional.
- Diferencias con el factoring..

– Aplicaciones informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos.

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: LICITACIONES INTERNACIONALES.

Código: UF1763

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP6.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales.

CE1.1 Identificar los organismos que ofertan licitaciones o concursos internacionales.

CE1.2 Identificar e interpretar las diferentes normas de organismos de financiación internacionales aplicables a licitaciones o concursos internacionales.

CE1.3 Describir los requisitos exigidos por el convocante en un concurso o licitación dado (información de la empresa, fianzas, oferta, etc.), según el procedimiento de participación en la licitación.

CE1.4 Describir las fases que componen el proceso para participar en licitaciones internacionales.

CE1.5 Identificar los organismos que pueden facilitar financiación para acudir al concurso o licitación internacional.

C2: Elaborar la documentación necesaria para la gestión de la financiación de proyectos o suministros internacionales cuando las empresas participen en licitaciones internacionales.

CE2.1 Analizar la documentación financiera de los concursos o licitaciones

CE2.2 Confeccionar los documentos requeridos en una determinada licitación de un proyecto o suministro internacional.

CE2.3 Identificar los organismos emisores de los certificados y acreditaciones exigidos en un concurso o licitación objeto de estudio.

CE2.4 Dada una operación de venta internacional a través de un concurso o licitación convenientemente caracterizada, cumplimentar adecuadamente la documentación específica solicitada con los datos requeridos oficialmente:

– Capacidad y experiencia de la empresa.
– Fianzas y garantías exigidas.

cve: BOE-A-2011-19501

– Presentación de oferta.
– Formularios y pliegos de condiciones del organismo convocante.
– Identificar el organismo competente ante el que se gestionará la oferta en un concurso o licitación internacional.

Contenidos

1. Concursos y procesos de licitación internacional
– Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales.
– Tipos de licitaciones:
  ▫ Públicas/Privadas.
  ▫ Internacionales/Locales.
– Principios de la licitación pública internacional.
– Beneficios de la participación en licitaciones.
– Licitaciones para contratos de:
  ▫ Suministros.
  ▫ Servicios.
  ▫ Obras.
– Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador.
– Fuentes de información sobre licitaciones internacionales.
– Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos.

2. Búsqueda y selección de procesos de licitación internacional
– Detección y localización de licitaciones de interés.
  ▫ Fuentes de información sobre licitaciones internacionales.
– Valoración de la licitación.
  ▫ Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos.
– Estrategia de preparación de la propuesta.
– Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera.

3. Presentación y seguimiento de ofertas a procesos de licitación internacional
– Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales.
– Preparación de la documentación del concurso.
  ▫ Plazo límite de presentación de ofertas.
  ▫ Idioma de trabajo.
  ▫ Especificaciones técnicas.
  ▫ Establecimiento de los precios.
  ▫ Idioma de trabajo.
  ▫ Moneda de la oferta y moneda de pago.
  ▫ Transportes y seguros.
  ▫ Otros.
– Seguimiento de las ofertas consolidadas:
  ▫ Análisis de las causas de éxito/fracaso.
  ▫ Negociación del contrato.
  ▫ Ejecución del proyecto.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 - UF1761	90	80

cve: BOE-A-2011-19501

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 2 - UF1762	60	55
Unidad formativa 3 - UF1763	30	25

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 3

Denominación: MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES.

Código: MF0244_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia

UC0244_3. Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.

Duración: 90 horas.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar los distintos medios de pago para operaciones de compraventa internacional.

CE1.1 Identificar la normativa que regula el clausulado de los medios de pago internacionales, así como la normativa vigente sobre medios de pago por Internet.

CE1.2 Definir y clasificar los medios de pago internacionales.

CE1.3 Clasificar las modalidades principales de crédito documentario y describir los procedimientos de su emisión.

CE1.4 Describir la operativa de los medios de pago más utilizados en la práctica del comercio internacional.

CE1.5 Analizar las ventajas e inconvenientes para el exportador y para el importador de los principales medios de pago internacionales.

CE1.6 Identificar las reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios.

CE1.7 Definir las principales obligaciones legales asociadas a las entidades financieras, seguros y transporte para asegurar el cobro de una operación de comercio internacional.

CE1.8 Reconocer los plazos relacionados con los medios de pago internacionales en las operaciones de compraventa: pago, cobro, presentación de documentación, etcétera.

CE1.9 Identificar los efectos jurídicos y comerciales que produce un determinado Convenio Internacional en la regulación de un medio de pago definido.

CE1.10 Determinar los documentos básicos y complementarios que hay que presentar para gestionar los medios de pago en función de la normativa aplicable,

cve: BOE-A-2011-19501

usos mercantiles internacionales y condiciones pactadas en el contrato de compraventa internacional.

CE1.11 Reconocer los plazos relacionados con los medios de pago internacionales en las operaciones de compraventa: pago, cobro, presentación de documentación.

C2: Analizar las garantías asociadas al pago de operaciones de compraventa internacional.

CE2.1 Identificar los riesgos inherentes a cualquier contrato internacional.

CE2.2 Definir el concepto de garantía real y personal.

CE2.3 Enumerar las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria y explicar los requisitos asociados a las mismas.

CE2.4 Valorar las garantías internacionales como incentivo a las operaciones de exportación, describiendo las ventajas de las mismas.

CE2.5 Clasificar las garantías en función de: su relación con la obligación, su relación con la presentación de documentos y otros criterios.

CE2.6 Explicar las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.

C3: Analizar los procedimientos de gestión de los medios de pago en las transacciones internacionales.

CE3.1 Determinar la documentación que se exige en cada medio de pago para proceder al cobro del valor de la mercancía.

CE3.2 Identificar el procedimiento definido para la presentación efectiva de los documentos al comprador o importador, a través del sistema financiero, en función de cada uno de los diferentes medios de pago.

CE3.3 Identificar las causas más comunes de retrasos o impagos de los clientes en las operaciones de comercio internacional para poder definir líneas de actuación adecuadas.

CE3.4 Identificar las gestiones o trámites a realizar en los supuestos de retrasos o impagos de los clientes, según los procedimientos usuales en el mercado, indicando la causa del mismo.

CE3.5 Calcular los costes financieros y no financieros, en los casos de retraso o impago de una venta internacional, en un caso práctico debidamente caracterizado.

C4: Elaborar la documentación relativa a los medios de pago internacionales, así como la de las garantías asociadas a los mismos.

CE4.1 Identificar para cada medio de pago internacional el documento base que lo representa y explicar el contenido del mismo.

CE4.2 Enumerar e identificar los documentos que intervienen en una operación de comercio internacional donde se utilice un medio de pago documentario: documentos comerciales (factura, lista de contenido,...) documentos financieros (efectos, pagarés,...), documentos de transporte y seguro (CMR, BL, pólizas, ...), otros documentos (certificado de calidad, certificado fitosanitario, ...).

CE4.3 A partir de unos datos asociados a una operación de compraventa internacional y un medio de pago seleccionado:

- Identificar el modelo documental soporte del medio de pago definido.
- Analizar la información suministrada y deducir los datos que hay que trasladar al documento soporte del medio de pago.
- Interpretar el significado de cada apartado en el documento soporte y asociarlo a los datos que deben figurar en el mismo.
- Utilizar programas informáticos integrados de comercio internacional para obtener el documento.
- Confeccionar el documento relativo al medio de pago internacional en cuestión.

CE4.4 Confeccionar la documentación relativa a la emisión, modificación y cancelación de las garantías en un supuesto práctico convenientemente

cve: BOE-A-2011-19501

caracterizado que incluya diferentes modalidades de pago junto a las garantías exigibles en cada caso.

Contenidos

1. **Factores económicos y legales de los medios de cobro y pago en operaciones comerciales**
   - Obligaciones de las partes en la compraventa internacional.
   - Condiciones de pago:
     - Plazo.
     - Moneda.
     - Forma. Medio: concepto, condiciones
   - Relación entre forma de pago y condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERMS):
     - Análisis de cada uno de los INCOTERMS en relación al medio de pago.
     - Pago anticipado-entrega de las mercancías. Desarrollo operativo.
     - Pago simultáneo-entrega de las mercancías. Desarrollo operativo.
     - Pago posterior-entrega de las mercancías. Desarrollo operativo.
   - Regulación de los medios de pago internacionales:
     - Armonización y unificación comunitaria.
     - Autorregulación y nueva lex mercatoria.
     - Reglas y Usos Uniformes Cámara de Comercio Internacional.
     - Derecho Uniforme. Convenios UNCITRAL.
     - Regulación en España de los cobros y pagos con el exterior.

2. **Gestión de los documentos e intervención de las entidades financieras**
   - El papel de los bancos en los medios de cobro y pago:
     - Intermediación.
     - Garantía.
     - Financiación.
     - Emisión-liquidación.
     - Información y asesoramiento.
   - Tipos de documentos: emisión, cumplimentación y legalización en su caso.
     - Documentos financieros: Letra de cambio, cheque, pagaré.
     - Documentos informativos y comerciales: factura proforma, factura comercial y otros.
     - Documentos de transporte: Aéreo (AWB), Marítimo (Bill of Lading). Póliza de fletamento. Por carretera (CMR) y ferroviario. Multimodal (FBL).
     - Documentos de seguro.
     - Documentos administrativos y aduaneros.
     - Otros documentos: certificado de peso, certificado sanitario, certificado de origen, certificado SOIVRE. Licencias.
     - Búsqueda de información sobre requisitos de la documentación en país de importación/introducción y exportación/expedición.
   - Diferentes funciones y compromisos de las entidades según medio de pago:
     - Comprobación de los documentos.
     - Discrepancias de los documentos.
     - Levantamiento de reservas.
     - Otras funciones.
     - Utilización de aplicaciones informáticas y tecnológicas para la gestión integrada del pago y de riesgos y presentación de documentos.
   - Gestión de la documentación para el cobro/pago con clientes/proveedores:
     - Tipos y requisitos de los documentos según país. Búsqueda de información.
     - Comprobación y verificación de los documentos.

cve: BOE-A-2011-19501

- Solución de errores de los documentos. Retrasos.
- Acciones preventivas y correctoras de conflictos con clientes/proveedores en retrasos, impagos y otros en la compraventa internacional.
- Utilización de aplicaciones informáticas para tramitar y gestionar la documentación de la operación con clientes/proveedores.

3. Selección del medio de pago y cobro internacional

– Factores a considerar en la elección:
  - Confianza.
  - Fuerza comercial.
  - Riesgo país.
  - Legislación.
  - Costumbres.
  - Divisa.
  - Coste.
– Motivos de la elección:
  - Para el exportador: seguridad.
  - Para el importador: coste bajo.

4. Clasificación de los medios de cobro y pago

– Clasificación en función de:
  - Confianza, seguridad y coste.
  - Momento de pago: Anterior a la entrega de la mercancía/Documentos. Simultáneo a la entrega de la mercancía/Documentos. Posterior a la entrega de la mercancía/Documentos.
  - Documentos.
– Cheque bancario.
  - Concepto.
  - Esquema de funcionamiento.
  - Ventajas.
  - Inconvenientes.
  - Coste.
  - Relación entrega de la mercancía- pago.
  - Documentación requerida por la entidad financiera.
– Orden de pago simple.
  - Concepto.
  - Esquema de funcionamiento.
  - Ventajas.
  - Inconvenientes.
  - Coste.
  - Relación entrega de la mercancía- pago.
  - Documentación requerida por la entidad financiera.
– Orden de pago documentaria.
  - Concepto.
  - Esquema de funcionamiento.
  - Ventajas.
  - Inconvenientes.
  - Coste.
  - Plazo de pago.
  - Relación entrega de la mercancía- pago.
  - Documentación requerida por la entidad financiera

5. La Remesa en las operaciones de compraventa internacionales

– Concepto.
– Remesa simple:

cve: BOE-A-2011-19501

- Esquema de funcionamiento.
- Ventajas.
- Inconvenientes.
- Coste.
- Relación entrega de la mercancía- pago.
- Documentación requerida por la entidad financiera.
- Normativa.

– Remesa documentaria:
- Esquema de funcionamiento.
- Ventajas.
- Inconvenientes.
- Coste.
- Relación entrega de la mercancía- pago.
- Documentación requerida por la entidad financiera.
- Normativa.

6. El crédito documentario en las operaciones de comercio internacional

– Concepto e importancia del crédito documentario.
– Partes que intervienen.
– Principales tipos de crédito documentario:
- Revocable.
- Irrevocable.
- Confirmado.
- No confirmado.
- Rotativos.
- Subsidiario.
- Transferible.
- Respaldado.
- Renovable.
- Cláusula roja.
- Cláusula verde.

– La carta de crédito.
– Operativa del crédito documentario. Esquema de funcionamiento:
- Negociación entre comprador y vendedor.
- Emisión y presentación de documentos. Revisión de documentos. Discrepancias. Reservas.

– Potenciales riesgos del crédito documentario.
– Ventajas.
– Inconvenientes.
– Coste.
– Relación entrega de la mercancía-pago.
– Las fechas en los créditos documentarios.
– Documentación requerida por la entidad financiera.
– Normativa. Reglas y Usos Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional.

7. Avales y garantías en operaciones de compraventa internacional

– Garantías bancarias: Concepto.
– Clasificación atendiendo a su objeto:
- Garantía de licitación.
- Garantía de buena ejecución.
- Garantía de anticipo.
- Garantía de calidad.
- Garantías de préstamos.
- Garantía comercial.
- Garantía de retención.

cve: BOE-A-2011-19501

– Clasificación atendiendo a la naturaleza de compromiso del garante:
  - Las garantías independientes o a primer requerimiento: concepto, clases, funcionamiento. Ventajas e inconvenientes. Extinción.
  - La fianza: concepto. Partes que intervienen. Fianza internacional.
– Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional.

8. Utilización del comercio electrónico en los medios de cobro y pago

- Legislación sobre comercio electrónico:
  - Ámbito nacional.
  - Ámbito europeo.
  - Ámbito internacional.
– Seguridad de pagos y cobros en comercio electrónico.
– Tipos de pagos y cobros en internet:
  - Tarjeta de crédito.
  - Pagos en sesión.
  - Pagos fuera de sesión.
– Sistemas de intercambio de datos en las operaciones internacionales:
  - SWIFT. Características. Mensajes.
  - EDI. Definición. Funcionamiento.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas total del módulo formativo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo_MF0244_3	90	80

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 4

Denominación: INGLÉS PROFESIONAL PARA COMERCIO INTERNACIONAL

Código: MF1010_3

Nivel de cualificación profesional: 3

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.

Duración: 120 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: INGLÉS ORAL Y ESCRITO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: UF1764

cve: BOE-A-2011-19501

Duración: 90 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3 y RP5.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral en inglés, formal e informal, presencial y retransmitido, de una operación comercial internacional definida.

CE1.1 diferenciar las características fonéticas del léxico técnico habitual utilizado en una exportación/importación de bienes y en las relaciones comerciales internacionales en general con fórmulas y regímenes aduaneros diversos.

CE1.2 A partir de la audición de datos técnicos, económicos, políticos o sociales de distintos países o empresas interpretar su significado haciendo un uso esporádico del diccionario.

CE1.3 A partir de la audición de una grabación de un debate entre varios individuos tratando un tema de actualidad resumir las posiciones de cada uno de los intervinientes.

CE1.4 A partir de la audición de un discurso oral entre varios interlocutores conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para una operación comercial, exportación e importación, definida con un país distinto del propio:

– Interpretar con precisión el significado de los datos más relevantes para la operación.
– Interpretar la información contextual y no verbal con coherencia al discurso de los interlocutores.
– Resumir los argumentos e información relevante para la ejecución de la operación.

C2: Interpretar los datos e información específica de distintos documentos, informes comerciales y fuentes de información de comercio internacional escritos en inglés extrayendo la información relevante para una exportación y/o importación de bienes/servicios.

CE2.1 Identificar las características de los diferentes lenguajes técnicos y el léxico habitual en los documentos comerciales habituales: documentos aduaneros, facturas, órdenes de pedido y contratos de compraventa internacional, entre otros.

CE2.2 A partir de una tabla con datos en inglés de tipo económico y financiero: tipos de interés, tipos de cambio, u otras variables cuantitativas propias de informes comerciales y estudios de mercados internacionales, interpretar el significado de cada término.

CE2.3 Dado un texto informativo en inglés en el ámbito comercial conteniendo diferentes tipos de datos relevantes para las operaciones comerciales o entrada en mercados internacionales interpretar con precisión su significado.

CE2.4 Dado un fax, correo electrónico o mensajes escritos con abreviaturas y jerga habitual en operaciones de comercio internacional, extraer la información y datos relevantes para la ejecución de la operación.

CE2.5 A partir de supuestos de documentos: informes y/o cartas comerciales en diferentes situaciones comerciales preventa, venta o postventa, interpretar con exactitud el objeto del documento y, en caso de desconocer términos específicos, deducir su significado del contexto y usos habituales de comercio internacional.

CE2.6 A partir de distintos documentos normalizados a nivel internacional para la ejecución de una operación de comercio internacional según la Cámara de Comercio internacional: un contrato de compraventa internacional y un crédito documentario y/o una carta comercial solicitando productos u orden de pedido interpretar con exactitud los términos que contienen diferenciando al menos:

cve: BOE-A-2011-19501

– Sujetos o partes involucrados.
– Objeto del documento.
– Condiciones de ejecución.
– Y otros aspectos técnicos del documento.

C3: Producir mensajes orales complejos en inglés con fluidez, detalle y claridad, en situaciones-tipo del comercio internacional.

CE3.1 Pronunciar la terminología específica del comercio internacional utilizando la fonética precisa y diferenciando los términos que pueden dar lugar a confusión por su similitud fonética.

CE3.2 Identificar las expresiones orales y jergas habituales en reuniones de trabajo, presentaciones comerciales de productos, utilizando registros formales e informales, según los distintos contextos profesionales: pedidos de productos, demostraciones y/o reclamaciones entre otros.

CE3.3 Explicar las fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo utilizadas habitualmente en saludos, presentaciones y despedidas con clientes/ proveedores internacionales.

CE3.4 Dada una situación supuesta de venta/compra internacional a un cliente/ proveedor, identificar y aplicar estructuras para expresar interés, opiniones, sorpresa, negación, confirmación, e indignación.

CE3.5 Producir mensajes orales con claridad y corrección fonética diferenciando distintos tonos y registros para captar la atención de los interlocutores.

CE3.6 A partir de la simulación de una visita de clientes con fines comerciales para la exportación/importación de un producto claramente definido, preparar una presentación de al menos 10 minutos considerando al menos:

– Identificación o presentación individual ante los clientes utilizando pautas de cortesía habituales en presentaciones comerciales o negocios internacionales.
– Descripción detallada de las características del producto y características de la operación propuesta.
– Información sobre la empresa, cultura, organigrama, actividad, productos y servicios utilizando de manera apropiada el léxico técnico utilizado en el entorno profesional.
– Despedida y agradecimientos pertinentes.

CE3.7 A partir de la simulación de una grabación en un contestador automático de mensajes utilizar las fórmulas orales habituales en:

– La identificación propia y del interlocutor utilizando las normas y pautas de cortesía habituales.
– La solicitud de pedidos de productos especificando las cantidades, características técnicas/colores según el producto/servicio y precios en distintas unidades de peso, medida o divisas.
– La solicitud de información detallada de las condiciones de la operación: transporte y horario de llegada/salida entre otras.
– La respuesta a los requerimientos utilizando las normas de cortesía habituales.
– La despedida utilizando las fórmulas y pautas habituales.

C4: Interactuar oralmente, en inglés, con fluidez y espontaneidad, con uno y al menos dos interlocutores, manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de comercio internacional: visitas a ferias, gestiones y negociación de operaciones con clientes/proveedores.

CE4.1 Identificar las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía y protocolo en saludos, presentaciones, despedidas y costumbres socioprofesionales y de jerarquía adecuadas a la cultura del interlocutor/es diferenciando al menos cuatro países/ grupos diferentes: árabe, oriental, africana, europea, norteamericana entre otros en la comunicación verbal y lenguaje corporal que lo acompañe.

cve: BOE-A-2011-19501

CE4.2 Diferenciar las normas de protocolo y costumbres socioprofesionales habituales para adaptar la comunicación e imagen corporativa a la del interlocutor.
CE4.3 Diferenciar los tonos o acentos más habituales y las estructuras utilizadas en el lenguaje oral formal e informal en los negocios internacionales diferenciando las fórmulas británicas y americanas.
CE4.4 Dada una supuesta visita a/de clientes/proveedores en la empresa:
– recibir y/o presentar al visitante utilizando con corrección las estructuras, fórmulas y pautas establecidas de cortesía identificadas.
– justificar posibles retrasos o ausencias de forma correcta.
– conversar con naturalidad contestando con espontaneidad sobre los aspectos relativos a la empresa, organización interna, productos, agentes u otros asegurándose adecuadamente de su comprensión por parte de los interlocutores utilizando las fórmulas y jerga habitual en los negocios y relaciones interempresariales.

Contenidos

1. Gestión de operaciones de comercio internacional en inglés
– Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:
  ▫ Vocabulario y expresiones en la operativa de los distintos destinos aduaneros.
  ▫ Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales con otros operadores.
– Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
  ▫ Condiciones de contratación y financiación.
  ▫ Tarifas y precios.
  ▫ Modos de pago.
  ▫ Prórrogas.
  ▫ Descuentos.
– Léxico y fonética de las condiciones de entrega:
  ▫ Incoterms.
  ▫ Plazos de entrega.
  ▫ Condiciones de transporte.
  ▫ Incumplimientos, anomalías y siniestros

2. Presentaciones comerciales en inglés
– Estructuras ligüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés.
  ▫ Fórmulas de marcadores conversacionales: saludo, presentación, despedida, ayuda, interacción.
  ▫ Argumentación comercial y características de los productos.
  ▫ Conclusiones, despedida y cierre de las presentaciones comerciales.
– Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
  ▫ Elaboración de guiones para la presentación de empresas, productos y/o servicios en ferias, visitas y cartas.
– Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.
  ▫ Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
  ▫ Entonación y puntuación discursiva básica.

3. Negociación de operaciones de comercio internacional en inglés
– Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.

cve: BOE-A-2011-19501

- Interacción entre las partes de una negociación comercial
  - Presentación inicial de posiciones.
  - Argumentos.
  - Preferencias.
  - Comparaciones.
  - Estrategias de negociación.
  - Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
- Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
  - Mostrar duda, acuerdo y desacuerdo.
  - Contradecir en parte.
  - Clarificar las opiniones y reformular.
  - Expresar contraste y clasificar.
- Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
- Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.
  - Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales.
  - Entonación y puntuación discursiva básica.

4. Contexto socioprofesional de las operaciones comercio internacional

- Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
- Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
  - Registro formal, neutral e informal.
  - Relaciones profesionales en distinto grado de formalidad.
  - Relaciones con la autoridad y la administración.
- Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
  - Convenciones sociales: Tabúes relativos al comportamiento.
  - Fórmulas de cortesía y tratamiento de uso frecuente.
  - Convenciones en la conversación y visitas comerciales: puntualidad, ofrecimientos de comida, tiempo de estancia, expresión de expectativas como anfitrión.
  - Comportamiento ritual: celebraciones y actos conmemorativos.
- Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
- Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
  - El saludo.
  - La posición del cuerpo y las extremidades.
  - La mirada.
  - Las diferencias de género.
  - Proximidad física y esfera personal.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: DOCUMENTACIÓN EN INGLÉS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: UF1765

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP4.

cve: BOE-A-2011-19501

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Redactar y cumplimentar informes, cartas, acuerdos/contratos de comercio internacional u otros documentos habituales en comercio internacional, en inglés, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE1.1 Identificar la estructura y fórmulas habituales utilizadas en los documentos comerciales considerando al menos:

- Contratos de compraventa internacional.
- Facturas, albaranes y órdenes de pedido.
- Documentos aduaneros habituales y de, por ejemplo, liquidación de aranceles entre otros.

CE1.2 Definir la estructura de las cartas comerciales utilizadas habitualmente en procesos de comunicación escrita con clientes/proveedores de servicio internacionales

CE1.3 A partir de distintos supuestos de operaciones de comercio internacional suficientemente caracterizados, redactar cartas comerciales utilizando la terminología propia de las cartas comerciales en inglés incluyendo:

- Demandas de información.
- Precio y condiciones de venta como descuentos y recargos.
- Rectificaciones y/o anulaciones de operaciones.
- Ofertas de productos y/o servicios.
- Condiciones especificas del comercio internacional.
- Responsabilidad de cada parte en las condiciones de transporte y seguros.

CE1.4 A partir de una operación comercial suficientemente caracterizada redactar con sencillez y exactitud, utilizando las abreviaturas habituales, documentos de comunicación: faxes, correos electrónicos, mensajes y/o notas informativas de la operación, informando de distintas situaciones propias de la operativa del comercio internacional: llegada/salida de mercancías, cobros y pagos y devoluciones entre otras.

CE1.5 A partir de distintos contextos de una operación de comercio internacional, visita comercial, asistencia a ferias internacionales, reuniones de negociación, conferencias u otros, redactar el informe comercial del evento/acto comercial.

CE1.6 A partir de la documentación aduanera escrita en inglés y sin cumplimentar de una operación específica de comercio internacional claramente definida sabe cumplimentarla considerando:

- el tipo de información solicitada en cada apartado.
- las abreviaturas, usos o expresiones habituales al ámbito profesional de uso del documento.

CE1.7 A partir de la simulación de una operación de comercio exterior claramente definida:

- Redactar con claridad y exactitud todos los documentos de la operación: pedido, factura, contrato/acuerdo de compraventa internacional aplicando la estructura y terminología específica.
- Utilizar las expresiones idiomáticas y jergas específicas propias del comercio internacional.

Contenidos

1. Documentación de gestión comercial en inglés

- Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
- Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
  - Modelos en inglés de acuerdos comerciales entre empresas.
  - Modelos en inglés de contratos de compraventa

cve: BOE-A-2011-19501

- Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
  - Abreviaturas.
  - Interpretación de modelos de facturas.
- Documentación financiera y de medios de pago habituales.
  - Interpretación de los documentos y terminología en los medios de pago e instrumentos financieros en inglés.
- Pólizas de seguros de exportación/importación.
  - Modelos de pólizas: terminología.
- Informes comerciales
  - Fórmulas habituales en los informes.
- Otros documentos comerciales en inglés.
  - Hojas de pedido.
  - Albarán.
  - Orden de compra.

2. Redacción en inglés de informes y correspondencia comercial

- Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
- Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
- Reclamaciones:
  - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, retrasos u otra casuística propia del comercio internacional.
  - Respuesta a las reclamaciones.
- Prorroga:
  - Solicitud
  - Respuestas.
- Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
- Faxes.
- Correos electrónicos.:
  - Abreviaturas.

3. Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales

- Fuentes de información aduanera en inglés: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
- Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros:
  - El DUA en inglés.
  - Otros documentos aduaneros de terceros países: China, Rusia, u otros países con relaciones comerciales.
- Documentación de operaciones intracomunitarias en inglés.
- Liquidación de impuestos:
  - Modelos.
  - Terminología fiscal en inglés.
- Certificaciones y homologaciones internacionales:
  - Modelos.
  - Terminología en inglés

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidad formativa	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1764	90	60
Unidad formativa 2 – UF1765	30	20

cve: BOE-A-2011-19501

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: MP0375

Duración: 40 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar el procedimiento de búsqueda, tratamiento y archivo de la información-documentación relativo a las operaciones de comercio internacional y a los clientes/proveedores de la empresa u organización:

CE1.1 Identificar las distintas fuentes de información internas y externas en la organización, en función de su disponibilidad, facilidad y utilidades de acceso, y el tipo de información requerida en los archivos habituales del ámbito profesional específico de la organización.

CE1.2 Colaborar en la incorporación y archivo de las informaciones y datos obtenidos y registrándolo con corrección y ausencia de inexactitudes, a través de la aplicación informática específica y, de acuerdo con el diseño y formato establecidos en la organización.

CE1.3 Mantener la seguridad, confidencialidad y restricción en el acceso a la información y documentación creada y guardada electrónicamente, respetando los derechos de autor de los contenidos.

C2: Efectuar las actividades de apoyo en lo relativo a la gestión administrativa y financiera de las operaciones de comercio internacional:

CE2.1 Buscar los impresos y modelos correspondientes a estas operaciones, adaptando estos modelos al caso concreto de la empresa y participar en la cumplimentación de los mismos.

CE2.2 Intervenir en el análisis de los documentos administrativos, aduaneros y fiscales, colaborando en su cumplimentación e identificando el cumplimiento de la normativa y de las condiciones de la operación.

CE2.3 Colaborar en el análisis del cumplimiento de las condiciones que las entidades financieras o las Administraciones han solicitado a la organización para financiar la operación

CE2.4 Participar en la comprobación de la documentación que debe presentar la empresa u organización a las entidades financieras o a las Administraciones, en función del medio de pago o cobro y de la financiación.

CE2.5 Participar en los procesos comerciales de la empresa, manteniendo relaciones con los clientes y proveedores internacionales fluidas y eficaces, siguiendo las normas e instrucciones establecidas.

C3: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

cve: BOE-A-2011-19501

CE3.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.
CE3.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.
CE3.3 Emprender con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.
CE3.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.
CE3.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.
CE3.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. **Utilización de la informática para buscar información y elaborar documentos**
   – Búsqueda de información, -Internet, archivos, prensa- e incorporación de forma organizada a través de aplicaciones informáticas.
   – Utilización de ficheros de clientes/proveedores. Técnicas de clasificación, codificación y archivo.
   – Mantenimiento de la seguridad, confidencialidad y restricción de acceso a la documentación.

2. **Actividades de apoyo de gestión administrativa y financiera en las operaciones de comercio internacional**
   – Búsqueda y cumplimentación de impresos y modelos de documentos, adaptando estos modelos al caso concreto de la empresa u organización.
   – Gestión de las relaciones con clientes y proveedores de productos y servicios internacionales: Análisis de las condiciones de la compraventa internacional.
   – Documentación administrativa y aduanera necesaria para realizar la operación de comercio internacional y actualización de la normativa.
   – Documentación relativa a los medios de pago y cobro.
   – Cumplimentación y verificación de las condiciones de financiación.

3. **Integración y comunicación en el centro de trabajo**
   – Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
   – Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
   – Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
   – Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
   – Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
   – Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
   – Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF0242_3: Gestión administrativa del comercio internacional	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años

cve: BOE-A-2011-19501

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF0243_3: Financiación internacional	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años
MF0244_3: Medios de pago internacionales	• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes.	2 años
MF1010_3: Inglés profesional para comercio internacional	• Licenciado en Filología, Traducción e Interpretación de la lengua inglesa o título de grado equivalente. • Cualquier otra titulación superior con la siguiente formación complementaria: • Haber superado un ciclo de los estudios conducentes a la obtención de la Licenciatura en Filología, Traducción e Interpretación en lengua inglesa o titulación equivalente. • Certificado o diploma de acreditación oficial de la competencia lingüística de inglés como el Certificado de Nivel Avanzado de las Escuelas Oficiales de Idiomas u otros equivalentes o superiores reconocidos. • Titulación universitaria cursada en un país de habla inglesa, en su caso, con la correspondiente homologación.	2 años

V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio Formativo	Superficie m² 15 alumnos	Superficie m² 25 alumnos
Aula técnica de gestión e idiomas	45	60

Espacio Formativo	M1	M2	M3	M4
Aula técnica de gestión e idiomas	X	X	X	X

cve: BOE-A-2011-19501

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica de gestión e idiomas	- Equipos audiovisuales - PCs instalados en red, cañón con proyección e internet - Sofware específico de la especialidad - Pizarras para escribir con rotulador - Rotafolios - Material de aula - Mesa y silla para el formador - Mesa y sillas para alumnos - 1 Proyector - Programas informáticos para el aprendizaje de un idioma - Reproductores y grabadores de sonido - Diccionarios bilingües

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

cve: BOE-A-2011-19501