RETOS Y RECOMENDACIONES

PARTICIPACIÓN EN LA FP DUAL CFGS TRANSPORTE Y LOGÍSTICA - CFGS COMERCIO INTERNACIONAL

- La **especialización de las empresas del sector** hace muy difícil encontrar empresas formadoras que den respuesta a todas las actividades formativas.
- Proponer a las empresas participar en **proyectos colaborativos donde los aprendices roten entre empresas**. De esta forma, se complementa la formación del alumnado.
- Colaborar con **asociaciones empresariales** para la promoción de **proyectos colaborativos**.

FORMACIÓN EN CENTROS Y EMPRESAS

- Las ocupaciones vinculadas al CFGS Transporte y Logística están sujetas a **actividades productivas con estrés elevado y plazos reducidos** que **dificulta el seguimiento del tutor de empresa** e incide en el proceso de aprendizaje del alumno.
- **Adaptar el plan** formativo del alumnado en la empresa teniendo en cuenta los **periodos de menor y mayor actividad**.

PARTICIPACIÓN EN LA FP DUAL CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

- Las empresas del sector en ocasiones **desconocen las cualificaciones profesionales del CFGS Marketing y Publicidad**, lo que dificulta encontrar empresas comprometidas con la modalidad dual.
- Realizar una **labor informativa sobre las competencias propias del ciclo**, poniendo en valor la formación dual del alumnado y sus ventajas.

AGRADECIMIENTOS A LOS CENTROS EDUCATIVOS PARTICIPANTES:

- CDP López Vicuña (Barcelona, Cataluña)
- Colegio Badalonés (Barcelona, Cataluña)
- CTM Cesur (Málaga, Andalucía)
- Fundación Sopeña Juan de Vera (Sevilla, Andalucía)
- IES Calamot (Gavà, Cataluña)
- IES Camas (Sevilla, Andalucía)
- IES Clara del Rey (Madrid, Comunidad de Madrid)
- IES Ícaro (Madrid, Comunidad de Madrid)
- IES La Zafra (Granada, Andalucía)
- IES Los Boliches (Sevilla, Andalucía)
- IES Miguel de Cervantes (Sevilla, Andalucía)
- IES Poblenou (Barcelona, Cataluña)
- IES Valle del Azahar (Sevilla, Andalucía)
- SAFA ICET Málaga (Málaga, Andalucía)

PARA MÁS INFORMACIÓN DEL PROYECTO, CONSULTAR EN:

https://www.alianzafpdual.es/familias-profesionales

Alianza para la FP Dual

Fundación Bertelsmann
Por el empleo juvenil

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA FP DUAL POR FAMILIA PROFESIONAL
LA EXPERIENCIA DE LOS CENTROS EDUCATIVOS

Familia Profesional
de Comercio y Marketing

LA EXPERIENCIA DE LOS CENTROS EDUCATIVOS

FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING

= RETO

= RECOMENDACIÓN PARA CENTROS

PARTICIPACIÓN EN LA FP DUAL

- **La demanda** de aprendices por parte de las empresas del sector **es superior al número de alumnos** que pueden acceder a la modalidad dual.
- **Promover activamente** los ciclos de esta familia profesional para **evitar que queden vacantes** los puestos ofertados por las empresas, mediante la realización de **acciones de difusión dirigidas a alumnado con perfil dual**.
- **El alumnado desconoce la modalidad de FP Dual** y los contenidos de los ciclos de esta familia profesional.
- **Intensificar el trabajo de orientación profesional** con los estudiantes de los últimos cursos de la ESO y de los ciclos de Grado Medio.

FORMACIÓN EN CENTROS Y EMPRESAS

- El nivel de **competencia en lenguas extranjeras**, en especial en inglés, **es inferior al nivel** que las empresas requieren.
- **Reforzar la formación en idiomas** en el centro educativo **haciendo uso de las horas de libre configuración**.
- Promover la implantación de ciclos de formación profesional con **módulos bilingües**.
- Incentivar a las **empresas** para que impartan **formación complementaria en idiomas**.

CFGM DE ACTIVIDADES COMERCIALES - CFGM COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS - CFGS DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

PARTICIPACIÓN EN LA FP DUAL

- Un porcentaje elevado del **alumnado está desmotivado en formarse en modalidad dual**.
- Trabajar desde el servicio de orientación de los centros educativos, en el **conocimiento del sector laboral del comercio y en las cualificaciones profesionales** de las formaciones asociadas.
- Potenciar una **visión más integral del perfil del vendedor** incluyendo aquellas actividades que no están vinculadas a las técnicas de ventas (**logística, marketing y gestión**).
- Las empresas **no diferencian entre las competencias** del alumnado del CFGM Actividades Comerciales y del CFGS Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.
- Explicar a las empresas las **diferencias entre las cualificaciones profesionales de ambos ciclos formativos**, antes de iniciar proyectos de FP Dual.
- Hacer un **seguimiento riguroso del cumplimiento del plan formativo**, por parte de los tutores de centros educativos, para detectar posibles desajustes en dichos planes.
- La **participación de las pymes** en proyectos de FP Dual **es muy reducida** y este tipo de comercios no son atractivos para los alumnos.
- **Poner en valor las pymes** del sector entre el alumnado, incidiendo en su potencial formativo.
- **Favorecer la participación de pymes** que ofrecen plazas en **horario seguido**, ubicadas generalmente en **centros comerciales**, ya que tienen mayor facilidad que los comercios con horario partido.

- El **CFGM Comercialización de Productos Alimentarios no resulta atractivo** para el alumnado y presenta una significativa baja matriculación. Además, para que el alumnado pueda formarse en la empresa, **debe ser mayor de edad por estar sometido a riesgos laborales importantes**.
- Impulsar **acciones de difusión** en redes sociales para la captación de alumnado.
- **Informar al alumnado menor de edad**, en el momento de la matriculación al ciclo, de la imposibilidad de participar en la FP Dual debido a las políticas de prevención de riesgos laborales.

FORMACIÓN EN CENTROS Y EMPRESAS

- En momentos de **alta afluencia de clientes**, **el tutor de empresa tiene dificultades en formar** al aprendiz y hacer un buen seguimiento de su aprendizaje, junto con el centro educativo.
- Programar parte de los periodos de **formación** y las reuniones de seguimiento del alumnado en las empresas **en horarios de baja afluencia de clientes**.
- Las actividades realizadas en las empresas por el alumnado del CFGS Gestión de Ventas y Espacios Comerciales se centran especialmente en **técnicas de venta, desatendiendo actividades relacionadas con la gestión económica, investigación comercial, políticas de marketing y marketing digital**.
- Ser rigurosos con el cumplimiento de las actividades formativas, **promoviendo la rotación entre distintos departamentos** de la empresa.
- Programar algunos de los **periodos de formación** en la empresa **fuera del horario comercial** para que se puedan realizar actividades no vinculadas a las ventas.