




# PROGRAMACIÓN

2024/2025

***CICLO FORMATIVO GRADO MEDIO  
TÉCNICO EN ACTIVIDADES  
COMERCIALES***


***Formación en Centros  
de Trabajo***

***IES MIGUEL DE CERVANTES.***

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

## INDICE


1-Introducción	pág 3
1.1 Normativa	pág 4
1.2 Presentación del módulo	pág 5
2-Entorno profesional y puestos de trabajo	pág 6
3-Competencias profesionales, personales y sociales	pág 8
4-Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación	pág 9
5-Actividades a desarrollar en distintas empresas	pág 15
6-Temporalización	pág 15
7-Evaluación	pág 16
8-Empresas colaboradoras	pág 16
9-Protocolo a seguir en el caso de faltas de asistencia.	Pág 17

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

## 1.- INTRODUCCIÓN

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE) regula la formación profesional dentro del sistema educativo y la define como un conjunto de ciclos formativos de grado medio y de grado superior, que tienen como finalidad preparar a los alumnos y alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse en su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de la ciudadanía democrática.

La LOE introduce una mayor flexibilidad en el acceso, así como en las relaciones entre los distintos subsistemas de la formación profesional, al tiempo que fomenta e impulsa el aprendizaje a lo largo de la vida, proporcionando a los jóvenes una educación completa, que abarque los conocimientos y competencias básicas necesarias en la sociedad actual, estimulando el deseo de seguir aprendiendo y la capacidad de aprender por sí mismos. Además, ofrece posibilidades a las personas jóvenes y adultas de combinar el estudio y la formación con la actividad laboral o con otras actividades. El R.D 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

### 1.1. BASE NORMATIVA

La programación que se presenta se ha realizado teniendo en cuenta la normativa que se enumera a continuación.

La Ley Orgánica 2/2006 de 3 de Mayo de educación, que señala que el gobierno, previa consulta de las comunidades autónomas establece las titulaciones de la Formación Profesional y los aspectos básicos del currículum. Por otra parte, la Ley orgánica 5/2002 de 19 de Junio de las cualificaciones y de la Formación profesional que pone en marcha el sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional, desarrollada por el Real Decreto 1128/2003, de 5 de Septiembre, modificado por el Real Decreto 1416/2005, de 25 de Noviembre, sobre el catálogo Nacional de cualificaciones profesionales.

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de Julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo, la estructura de los nuevos títulos de Formación Profesional basada en el catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, y otros aspectos de interés social, desarrollado por la ley 51/2003, de 2 de Diciembre de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Real Decreto 1688/2011 del 18 de Noviembre por el que se establece el título de Técnico en Actividades comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.


**Denominación del Título:**

Título: Actividades Comerciales

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio

Duración: 2000 horas

Familia profesional: Comercio y Marketing

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b

## 1.2.- PRESENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título


La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente

El técnico en actividades comerciales podrá ejercer su actividad en las áreas de comercialización y almacenaje, en los pequeños establecimientos comerciales como actividad por cuenta propia como establecimiento comercial con pocos empleados

En los establecimientos medianos o grandes trabajará por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales

Los principales subsectores en los que puede ejercer su actividad son:

- Empresa industriales ( departamento comercial, almacén)
- Comercio al por menor
- Comercio integrado
- Comercio asociado
- Agencias comerciales

	COMERCIO
	FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

## 2. ENTORNO PROFESIONAL Y PUESTO DE TRABAJO


1. Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

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

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.

	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.


La evolución sufrida por el comercio en España en las últimas décadas del siglo XX y en la primera del siglo XXI, con la implantación de grandes empresas de distribución internacional y con la creación de cadenas de franquicias en todos los ámbitos del comercio, ha provocado por una parte una concentración del comercio en grandes centros comerciales y por otra una progresiva modernización y especialización del pequeño comercio minorista.

Se requiere, por tanto, que el sector del comercio cuente con profesionales con formación suficiente en habilidades de comunicación, que les permita transmitir seguridad y confianza al consumidor de productos y/o servicios; en técnicas de venta, de forma que sean capaces de argumentar y cerrar las ventas necesarias para asegurar los objetivos comerciales establecidos; en merchandising comercial, que les permita animar el establecimiento para que sea atractivo a los clientes potenciales; en gestión económico-financiera y administrativa, como para dirigir un pequeño establecimiento comercial; en técnicas de negociación, para que puedan realizar las compras de aprovisionamiento del establecimiento de forma eficaz; y en nuevas tecnologías de venta y comunicación a través de la red y otros sistemas de comunicación, que les ayuden a cumplir con los objetivos comerciales o de otra índole fijados por la empresa.

Este título aborda la formación necesaria para comercializar por diferentes canales todo tipo de productos y/o servicios, así como para dirigir un pequeño establecimiento comercial con criterios comerciales eficaces y eficientes. También se incorpora la actualización necesaria en las nuevas tecnologías de la información imprescindibles como medio de comunicación entre la empresa comercial y su entorno.

Las funciones de este técnico en el puesto de trabajo estarán afectadas de forma considerable por la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías en la gestión diaria de su pequeño establecimiento, que se aplican fundamentalmente a:

- Los procesos de gestión de stocks de mercaderías.
- Los procesos de aprovisionamiento de mercaderías.
- Los procesos de cobro a través de terminales punto de venta.
- Los procesos de implantación de las acciones de marketing en cuanto a producto o

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

servicio, precios, promociones y distribución.


- Especialmente en la puesta en marcha de acciones promocionales de los productos o servicios en el establecimiento comercial.
- Los procesos de comercialización de los productos y servicios.
- La comunicación, información y atención al cliente a través de teléfono o por Internet.
- Los procesos de comercialización a través de canales digitales.

### 3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación contribuye a alcanzar las competencias siguientes:

- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de *Merchandising*, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "prodiseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.



	COMERCIO
	FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

#### 4. RESULTADOS DE PRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene y con el tipo de servicio que presta.


Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros.
- d) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
  - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
  - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias

para el puesto de trabajo.

- Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
- Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
- Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.

b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.

e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.


f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

3.-Participa en la gestión económica y de tesorería del pequeño comercio, realizando tareas administrativas, contables y fiscales con los medios informáticos utilizados en la empresa comercial.


Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las principales variables económicas y financieras en las que se basa la empresa comercial.
- b) Se ha valorado la información de posibles ayudas, subvenciones, servicios bancarios y formas de financiación para el funcionamiento del establecimiento comercial.
- c) Se han determinado las variables que intervienen en el sistema de fijación de precios que asegure la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo. d) Se han realizado tareas de gestión administrativa y contable de la empresa, mediante el uso de aplicaciones informáticas
- e) Se han seguido pautas de actuación con clientes, definidas en el plan de calidad de la empresa comercial.
- f) Se han actualizado las bases de datos de clientes de la empresa, garantizando la normativa de protección de datos.
- g) Se han determinado los elementos que componen el mercado, el entorno y el comportamiento del consumidor en el ámbito de la empresa comercial.
- h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información requerida en el sistema de información de marketing (SIM).

4. Realiza tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías, utilizando el terminal punto de venta y demás medios informáticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.
- b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.
- c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.
- d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior

	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

gestión de stocks.

e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, teniendo en cuenta sus características.

f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.

g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.

h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.

5. Realiza contactos comerciales con clientes por diferentes medios, para ayudar a cumplir con los objetivos comerciales, utilizando técnicas de ventas adecuadas a cada situación.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las variables que determinan la estructura del mercado y de las partes intervinientes en el.

b) Se han planificado visitas comerciales, atendiendo a las características del producto o servicio y del cliente tipo de la empresa.

c) Se ha llevado a cabo procesos de negociación comercial, utilizando las técnicas de venta adecuadas a cada caso.

d) Se ha cumplimentado la documentación generada en una operación de compraventa.


e) Se ha utilizado una herramienta de gestión de relación con clientes (CRM) para registrar posibles incidencias y valorar su inclusión en procesos de fidelización.

f) Se han realizado tareas de empaquetado y etiquetado de productos que requieran un tratamiento específica para mantener su estatus de alta gama.

g) Se han adaptado argumentarios de venta a productos o servicios técnicos, tales como la venta de bienes del sector primario, industriales o productos inmobiliarios.

h) Se han realizado operaciones de telemarketing para captar, fidelizar o recuperar clientes de la empresa.

6. Contribuye a mantener la tienda online de la empresa, actualizando el catálogo online mediante las aplicaciones informáticas necesarias.

	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado acciones de captación de clientes para la tienda online.
- b) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y

sonido en la página web.

- c) Se han realizado actualizaciones y tareas de mantenimiento de la página web de la tienda online.

- d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa participe activamente en el entorno Web 2.0, participado en blogs, redes sociales, buscadores y chats, entre otros.

- e) Se han manejado a nivel usuario sistemas informáticos utilizados habitualmente en el comercio.

- f) Se ha utilizado la red Internet para realizar tareas relacionadas con la gestión comercial de la empresa.

- g) Se han realizado distintos materiales de comunicación, utilizando el software apropiado.

- h) Se han utilizado programas de software que automaticen las tareas comerciales, de facturación electrónica y otras tareas administrativas.

7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles.

Criterios de evaluación:


- a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.

- b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.

- c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo planogramas de implantación y reposición de productos.

- d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.

- e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante roturación tradicional o con medios informáticos.

	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

f) Se han montado elementos decorativos en el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.

g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.

h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.

8. Informa y atiende a clientes, utilizando técnicas de comunicación adecuadas que contribuyan a mejorar la imagen de la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la organización del departamento de atención al cliente de la empresa.

b) Se han utilizado los canales de comunicación adecuados en el proceso de información al cliente.

c) Se ha clasificado la documentación generada en el proceso de atención al cliente.


d) Se han manejado herramientas de gestión de relaciones con clientes.

e) Se ha identificado la tipología de clientes y usuarios habituales de la empresa.

f) Se han aplicado técnicas de comunicación y negociación en la atención de quejas y reclamaciones.

g) Se han cumplimentado los documentos generados en la tramitación de quejas y reclamaciones.

h) Se han elaborado informes que recojan las principales incidencias, quejas y reclamaciones, para ser utilizados en el sistema de calidad de la empresa.

	COMERCIO
	FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

## 5.-ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LAS DIFERENTES EMPRESAS

- 1.- Recepción y control de la mercancía
- 2.- Valorar la mercancía en el almacén
- 3.- Confeccionar carteles del establecimiento
- 4.- Montaje de escaparates
- 5.- Preparación de lineales de productos
- 6.- Atención al cliente
- 7.- Realización de cobros y pagos
- 8.- Administración y gestión de un pequeño establecimiento comerc9al
- 9.- Venta de productos

## 6. TEMPORALIZACIÓN

El calendario y horario en el que se desarrollará el módulo profesional de formación en centros de trabajo será el último trimestre del curso escolar. Cuando el alumno únicamente tenga pendiente el módulo de FCT podrá llevarse a cabo durante el primer trimestre.


La Orden reguladora del ciclo establece una duración de 410 horas.

El módulo dará comienzo el 12 de marzo y finalizará el 18 de junio.

Total: 60 jornadas. 410 horas. 7 horas diarias.

Según el artículo 6 de la Orden, el horario de realización será entre las 7 y las 22 horas de lunes a viernes, no pudiéndose superar en ningún caso la duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo legalmente establecida.

En el supuesto de que la entidad colaboradora tenga establecidos turnos de trabajo, el horario del alumnado se adaptará a esos turnos.

	COMERCIO
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>

## 7. EVALUACIÓN

La nota final obtenida será de APTO o NO APTO.

Los tutores de seguimiento junto con los tutores laborales, acuerdan un programa formativo de acuerdo con lo dispuesto en la Orden que regula el Ciclo. Dicho programa se reflejará en el convenio firmado por ambas partes.

Se realizarán las pertinentes visitas de seguimiento.

El tutor laboral emitirá un informe en el que hará una valoración del alumno.

Los alumnos que sean calificados como "NO APTOS" tendrán la oportunidad de realizar la FCT en el primer trimestre del curso siguiente.

### **EMPRESAS COLABORADORAS.**

Entre ellas cabe destacar:

El Corte Inglés

La Casa del Libro

Grupo Inditex Mango


Sprinter

Adidas

Kayak Sevilla.

Otras.



	COMERCIO
	FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

## 9-PROTOCOLO A SEGUIR EN EL CASO DE FALTAS DE ASISTENCIA.

### 1-Faltas justificadas:

- Hasta 3 faltas inclusive: las faltas no han de recuperarse. Es necesario presentar documento que acredite la citada falta de asistencia
- A partir de la cuarta falta: el alumno habrá de recuperar las horas que no ha asistido a la empresa.  
En este caso, se realizará un nuevo convenio de colaboración, ampliando el calendario de prácticas, y siempre que el citado período ampliado sea inferior a un mes y no exceda el curso escolar (Orden FCT)
- Si el periodo de interrupción es superior a un mes, el alumnado deberá solicitar renuncia al módulo profesional de formación en centros de trabajo y volver a cursarlo de nuevo(Orden FCT)

### 2-Faltas injustificadas.

No se puede faltar injustificadamente a la empresa

El protocolo a seguir es el siguiente:

a-Con una falta injustificada: apercibimiento del tutor de seguimiento al alumno/a, verbal o por escrito.


Se le recordará que no se puede faltar de forma injustificada a la empresa y que ello puede ser causa de exclusión del convenio. Es necesario recuperar la falta de asistencia.

b-Con dos faltas: se realizará un segundo apercibimiento por escrito, a través de Séneca o por cualquier medio de comunicación del que pueda tenerse constancia.

Se le recordará que con 3 faltas de asistencia injustificadas será excluido del convenio de colaboración.

Esta situación se pondrá en conocimiento de jefatura del departamento.

c-Con 3 faltas: cuando esta tercera falta injustificada se produzca se pondrá en conocimiento de jefatura del departamento, quien a su vez lo hará llegar a la directora del centro, que es una de las partes firmantes del convenio de colaboración.

 <p><b>MIGUEL D CEPVANTES</b> <i>Instituto de Enseñanza Secundaria</i></p>	<b>COMERCIO</b>
	<b>FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO</b>