



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2387_3: Gestionar plataformas de comercio electrónico”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN DEL
COMERCIO ELECTRÓNICO**

Código: COM709_3

NIVEL: 3



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2387_3: Gestionar plataformas de comercio electrónico.

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en Gestionar plataformas de comercio electrónico, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en las realizaciones profesionales de la unidad de competencia, y a dos dígitos las reflejadas en los criterios de realización.

1. Mantener el funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico asegurando la disponibilidad, usabilidad y fiabilidad, con el fin de permitir la consecución de los objetivos de nivel de servicio establecido por la marca u organización.



- 1.1 El estado de la plataforma se monitoriza verificando la velocidad de carga, el estado de la memoria intermedia, el tamaño, formato de las imágenes, vídeos, entre otros, detectando los posibles errores e incidencias que obstaculicen el tráfico previsto.
- 1.2 El estado de la web se analiza, detectando la velocidad de carga, cache, tráfico, el rendimiento, la optimización de las imágenes, videos, posibles errores, entre otros, así como comparando los datos recogidos por las herramientas de monitorización con los establecidos como referencia por la organización, reconociendo aquellos valores que no responden a dichas referencias.
- 1.3 Los datos del estado de la web se trasladan a los informes de rendimiento con la periodicidad establecida por el equipo de trabajo (semanal, mensual u otros), focalizando en ellos las posibles incidencias.
- 1.4 Las posibles incidencias detectadas se corrigen aplicando las técnicas correspondientes (comprimir imágenes, optimizar caché, rediseñar formatos u otros) y en los plazos establecidos de acuerdo a los niveles de servicio y/o compromiso adquirido con la marca u organización.
- 1.5 El seguimiento de nuevas tendencias de aplicación en la web, herramientas, recursos u otras utilidades se sondea mediante búsquedas online, acudiendo a seminarios, congresos, plataformas de formación, incorporando agregadores de noticias y/o APPs.
- 1.6 Los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web se aplican a partir de la información generada en el seguimiento de nuevas tendencias, escalando éstas iniciativas, en su caso, al responsable del área de negocio y/o marca.

2. Gestionar la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico de acuerdo a los estándares previamente establecidos por la organización y su estrategia comercial, según la normativa aplicable de los contenidos publicitarios y de defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de proporcionar trazabilidad al proceso.

- 2.1 Las fichas de producto y/o servicio se gestionan, incorporando actualizaciones en los plazos establecidos (diario, semanal u otros) según la variación de los objetivos de comerciales, movimientos de mercado, competencia u otras variables que condicionen nuestro posicionamiento o limiten nuestro tráfico.
- 2.2 Las condiciones comerciales (precios, impuestos, descuentos, gastos de transporte, política de devoluciones, disponibilidad u otras variables) se actualizan según se detecte la variación o por instrucciones recibidas del área de negocio y/o marca en los plazos (diario, semanal u otros) y los protocolos establecidos por la marca u organización.
- 2.3 La información proporcionada sobre los productos y/o servicios sustitutivos, complementarios se revisa periódicamente (diario, semanal u otros), comprobando la idoneidad respecto a la semejanza



en el grado de satisfacción o reemplazo de los mismos, contrastando la información con el reporte de los usuarios, modificando, en su caso, la presentación de aquellos que no se adecuan a los seleccionados inicialmente.

- 2.4 Las ofertas, campañas, promociones u otras se publican, incorporando la información de los productos y/o servicios, indicando los plazos de la oferta y las condiciones de la misma, según los estándares de comunicación, los protocolos establecidos por la organización y la normativa aplicable para la defensa de los consumidores y usuarios.
- 2.5 La logística y el estado de los envíos, devoluciones, u otros, se revisa periódicamente (diario, semanal u otros) comprobando la concordancia de las existencias en la plataforma con las del almacén, la disponibilidad de los medios de envío, la recogida de las devoluciones u otros, informando de las incidencias detectadas o, en su caso.
- 2.6 Las valoraciones de los clientes y/o usuarios, se revisa periódicamente (diario, semanal u otros) recopilando las sugerencias, incidencias, comentarios sobre la idoneidad de los productos y/o servicios, grado de satisfacción del mismo, la experiencia de usuario, la marca u otras, reportando al área de diseño y/o marca en su caso, de las conclusiones de dicha revisión.
- 2.7 Las imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos se revisan comprobando la idoneidad, obsolescencia de los mismos, según la evolución de los gustos de clientes y/o usuarios y tendencias de mercado, entre otras variables que les condicionen.
- 2.8 La información sobre los productos y/o servicios, previsiones de cambios, mejoras, sustituciones, niveles de producción, stock u otra información, se recaba periódicamente de la proporcionada los proveedores por los medios establecidos (a diario, semanal u otros), manteniendo la plataforma actualizada según sus indicaciones de servicio.
- 2.9 La trayectoria de los clientes y/o usuarios se analiza a partir de información como son los datos personales, dirección de envío o facturación, pedidos formalizados, promociones o descuentos acumulados, carritos utilizados, últimas conexiones u otro dato que permita identificar su perfil y preferencias mejorando la atención en la comercialización, y usabilidad de la plataforma.

3. Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de la plataforma de comercio electrónico, aplicando las acciones de estrategia digital para optimizar los resultados comerciales previstos por la organización.

- 3.1 La plataforma de comercio electrónico se monitoriza de forma permanente y activa, con herramientas que se adecúen a las necesidades de la organización detectando los contenidos inadecuados o bien los que cumplen los requisitos establecidos, definidos en la imagen corporativa.

- 3.2 Los indicadores clave (KPIs) se definen según su campo de acción profesional y la línea de actuación definida por la organización, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca, determinando qué medir y el objetivo estratégico.
- 3.3 Los indicadores clave (KPIs) definidos se monitorizan por palabras clave, opiniones, usuarios y otros, por periodos de tiempo (semanal, mensual u otros) usando herramientas de analítica web aplicadas para una plataforma de comercio electrónico, ya sean específicas o genéricas, permitiendo comparar los datos con los de los competidores, realizar búsquedas de dominios entre otras utilidades.
- 3.4 Los datos para la monitorización de los indicadores clave (KPIs) se obtienen directamente a través de la web, o bien extraídos utilizando herramientas específicas para ello.
- 3.5 Los datos extraídos de la monitorización se analizan, a partir de su cruce con otras informaciones, comprobando las tendencias, los resultados, su repercusión u otros factores, permitiendo su comparación con la competencia, en función de los objetivos de cada acción, según los perfiles definidos, o los datos históricos que identifiquen la tendencia de los indicadores clave (KPIs), recogiendo en los informes propios para su análisis.
- 3.6 Las conclusiones derivadas de los datos analizados se aplican sobre el contenido de la plataforma de comercio electrónico, optimizando y retroalimentando las acciones realizadas.

4. Gestionar las preguntas, solicitudes, reclamaciones e incidencias de los clientes y/o usuarios, adaptando el lenguaje y la forma de comunicación al canal utilizado, según los protocolos establecidos por la organización, cumpliendo la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y de defensa de los consumidores y usuarios, con el fin de dar respuesta, satisfacer y potenciar su fidelidad a la marca.

- 4.1 Los repositorios de comunicaciones de clientes y/o usuarios (formularios de contacto, comentarios, buzones de correo, mensajería, chats, redes sociales u otros) se revisan periódicamente (diario, semanal u otros) clasificando la información recibida según su origen y demanda (pregunta, solicitud, agradecimiento, reclamación, incidencia u otra demanda).
- 4.2 Las preguntas y/o solicitudes se resuelven proporcionando la información solicitada en los plazos establecidos por la organización (cada hora, diario u otros tiempos) o bien derivando al espacio de preguntas frecuentes permitiendo una gestión inmediata.
- 4.3 Las preguntas y/o solicitudes detectadas como incidencias del servicio se derivan, en su caso, empleando los canales, herramientas de comunicación y protocolos de comunicación definidos por la organización, documentando las mismas por los medios establecidos.
- 4.4 Las posibles incidencias y/o reclamaciones en el proceso de compra (dudas frecuentes, incidencia con el carrito de compra, pasarela de

pago u otras), o en el proceso post comercial (retrasos en la entrega, incidencias en el producto, servicios no prestados u otros) se resuelven en los plazos establecidos según establezcan los protocolos de actuación de la organización y/o la normativa aplicable de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, permitiendo fluidez en el proceso y derivando en su caso, a otros canales de comunicación cuando la demanda requiera una atención más detallada.

- 4.5 Las incidencias se registran, internamente, recopilando la información necesaria que permita aplicar medidas correctoras y optimizar el proceso, según establezcan los protocolos de actuación de la organización y/o la normativa aplicable de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, o en su caso.
- 4.6 La evaluación del grado de satisfacción del cliente y/o usuario y la calidad del servicio prestado se evalúa, con los paneles de usuarios, encuestas de satisfacción a través de APPs, e-mail, chats u otros, grupos de discusión, análisis de la información en las redes sociales o bien aplicando métricas de Experiencia de Interacción (IX), Índice de satisfacción del cliente (CSAT), Índice Net Promoter Score (NPS), Índice Customer Effort Score (CES), u otras.
- 4.7 Los resultados obtenidos del grado de satisfacción del cliente y/o usuario y la calidad del servicio prestado se registran en informes con la periodicidad establecida por la organización (diarios, semanales u otros), analizando conclusiones e incluyendo propuestas de mejora, en su caso, o bien escalando la información a las áreas de negocio y/o marca.

5. Ejecutar el seguimiento del inventario, volumen comercial y stock de productos, control de pedidos y gestión de envíos de la plataforma de comercio electrónico, de forma coordinada con el departamento de logística y/o almacén, según los protocolos establecidos por la organización para garantizar la trazabilidad el proceso y conseguir los objetivos establecidos por la organización.

- 5.1 El estado del inventario ofertado en la plataforma se revisa con la periodicidad establecida (diario, semanal u otras), comparando con las previsiones comerciales en el período siguiente y anticipándose a las posibles roturas de stock.
- 5.2 La capacidad de unidades de venta se garantiza, comunicando las desviaciones detectadas entre el stock necesario y el disponible, según los medios establecidos por la organización.
- 5.3 Las roturas de stock o las dificultades de suministro detectadas se informan al departamento de logística y/o almacén, retirando de la plataforma los productos y/o servicios afectados según el protocolo establecido por la organización.
- 5.4 La gestión de los pedidos se coordina con el departamento comercial y/o logística, identificando las solicitudes en curso por fechas de salida, incluyendo datos como referencia única, localización de



- entrega, detalles del cliente, importe, modo de pago u otra información que facilite su identificación (para ellos y el cliente).
- 5.5 El estado del pedido se actualiza generando información como cancelado, entregado, enviado, error de pago, pago pendiente, aceptado, transferencia u otro, permitiendo el cambio de estado del mismo por las diferentes fases del proceso, generando en su caso una respuesta inmediata al cliente y/o usuario informado del nuevo estado.
 - 5.6 La gestión logística se visualiza a partir de la generación de la venta, con información del itinerario, posible fecha de entrega, número de seguimiento en su caso, transporte u otra información de interés facilitando su seguimiento.
 - 5.7 Los pedidos con posibles incidencias derivadas con el suministro o entrega se supervisan, contrastando la información facilitada al cliente con los datos en nuestra plataforma, subsanando o modificando la entrega, satisfaciendo las expectativas de los clientes y/o usuarios, según los protocolos establecidos por la organización.
 - 5.8 La factura de venta se genera al finalizar el proceso, facilitando una copia al cliente y/o usuario, generando otra para trámites contables y fiscales de la organización.

6. Ejecutar acciones de dinamización y optimización comercial en campañas de marketing directo, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca, con el fin de adecuarnos a los cambios, conseguir los objetivos establecidos en la estrategia comercial de la organización y garantizar un servicio de calidad.

- 6.1 Las campañas de marketing directo se dinamizan, generando tráfico online con el envío de emailing, sms u otras acciones, informando de productos, promociones relevantes para el cliente y/o usuario.
- 6.2 Los resultados de las campañas de marketing directo se miden, recopilando los resultados de las acciones generadas por el tráfico online e identificando los cambios surgidos que permitan optimizar resultados.
- 6.3 Los resultados de las campañas se aplican en la estrategia comercial online, definiendo promociones, descuentos u otras acciones alineadas con el impacto generado, en coordinación con las áreas de negocio y/o marca de la organización.
- 6.4 La taxonomía de navegación y de productos, se optimiza a partir de los objetivos comerciales establecidos, el margen de productos, el comportamiento online esperado del cliente y/o usuario u otras variables definidas y de interés.
- 6.5 Los mensajes comerciales de productos destacados u ofertados, se ubican en espacios destacados en la página principal u otras, en función la información recibida del área de negocio y/o marca sobre su posicionamiento y los objetivos comerciales establecidos.
- 6.6 Los mensajes comerciales de productos destacados u ofertados, se optimizan a partir de la información recibida de la analítica web o del área de negocio y/o marca, cambiando su ubicación, eliminando los



desactualizados, destacando otros de mayor impacto u otras acciones alineadas con la estrategia comercial.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la **UC2387_3: Gestionar plataformas de comercio electrónico**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Comercio electrónico

- Modelos de negocio 2.0 e industria 4.0.
- Comercio electrónico: técnicas y plataformas.
- Objetivos e indicadores de medición de la plataforma de comercio electrónico.
- La plataforma: técnicas de monitorización, análisis y acciones correctivas.
- Tendencias en las plataformas de comercio electrónico.
- El cloud: usabilidad y rendimiento de plataformas de venta.
- Herramientas de monitorización de rendimiento.
- mCommerce: cómo aplicarlo a una estrategia de negocio. Reglas de usabilidad.

2. Gestión de la plataforma de comercio electrónico

- Estructura de la plataforma de comercio electrónico: elementos.
- Técnicas de medida y monitorización del funcionamiento de la plataforma.
- Experiencia de usuario en la plataforma: elementos.
- Cadena logística de la plataforma de comercio electrónico.
- Normativa aplicable de contenidos publicitarios.
- Normativa aplicable de competencia desleal.
- Normativa aplicable de propiedad intelectual.
- Normativa aplicable de servicio de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.
- Normativa aplicable de pagos electrónicos.

3. Monitorización y analítica en comercio electrónico

- Métricas e indicadores clave de la plataforma de comercio electrónico.
- Monitorización y escucha activa.
- Herramientas de analítica aplicables a marketing digital.
- Análisis y conclusiones a extraer de los resultados de las acciones.
- Estadística y técnicas de investigación comercial.

4. Gestión de la comunicación con el cliente y/o usuario

- La comunicación con el usuario. Canales y buenas prácticas.
- Repositorios de respuesta: el manual de la plataforma y preguntas frecuentes (FAQs).

- Procedimiento de gestión de incidencias.
- Registro de incidencias y su posterior resolución.
- Métodos de evaluación de la satisfacción del cliente. Análisis y principales métricas.
- Buyer persona y mapas de empatía de cliente.
- Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.
- Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.
- Normativa aplicable de ordenación del comercio minorista para las ventas a distancia.

5. Gestión logística en el comercio electrónico

- El inventario: tipos y características.
- Gestión de stock.
- Gestión logística de un pedido: fases y elementos.
- Medidas de actuación ante rotura de stock u otros inconvenientes.
- Documentación de compra venta: pedido, albarán factura, contrato.
- Medios habituales de pago: los medios electrónicos.
- Justificantes de pago.

6. Gestión de campañas de marketing

- Publicidad digital: canales y formatos.
- Experiencia de usuario: qué hace una campaña más atractiva y eficaz.
- Técnicas de medida y monitorización de resultados.
- Adaptación de la plataforma a las acciones comerciales realizadas.
- Código de buenas prácticas.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.
- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.
- Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.
- Participar y colaborar activamente en el equipo de trabajo.
- Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos, así como a situaciones o contextos nuevos.
- Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata



que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “UC2387_3: Gestionar plataformas de comercio electrónico”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para gestionar plataformas de comercio electrónico en unos grandes almacenes, según una orden de trabajo y especificaciones técnicas, cumpliendo la normativa relativa a los contenidos publicitarios y defensa de los consumidores y usuarios y de protección de datos de carácter personal. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

- 1.** Mantener el funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico.
- 2.** Gestionar la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico.
- 3.** Ejecutar el seguimiento del inventario, volumen comercial y stock de productos.

Condiciones adicionales:

- Se contará con toda la información requerida para el desarrollo de la SPE: Plataforma de comercio electrónico: velocidad de carga, estado de la memoria intermedia, tamaño y formato de imágenes, vídeos, cache, tráfico, rendimiento, optimización de imágenes, videos, posibles



errores, entre otros. Errores. Incidencias. Informes de rendimiento y propuestas de mejora. Información en el seguimiento de nuevas tendencias. Fichas de producto y/o servicio. Objetivos comerciales. Actualizaciones. Condiciones comerciales: precios, impuestos, descuentos, gastos de transporte, política de devoluciones, disponibilidad u otras variables. Ofertas. Campañas. Promociones. Estado de envíos. Devoluciones e incidencias. Valoraciones, sugerencias, comentarios, grado de satisfacción, incidencias y experiencia de clientes y/o usuarios. Tendencias del mercado. Niveles de producción y stock. Datos de los clientes y/o usuarios. Información sobre los productos y/o servicios sus sustitutivos y complementarios. Protocolos de la marca u organización. Normativa de los contenidos publicitarios y defensa de los consumidores y usuarios. Normativa Datos extraídos de la monitorización. Tendencias. Repercusión. Repositorios de comunicaciones de clientes y/o usuarios: formularios de contacto, comentarios, buzones de correo, mensajería, chats, redes sociales u otros. Información recibida: pregunta, solicitud, agradecimiento, reclamaciones, incidencias, dudas frecuentes, incidencia, pasarela de pago u otras. Grado de satisfacción del cliente y/o usuario y calidad del servicio prestado. Pedidos. Ventas. Facturas. Tráfico online. Resultados de las campañas de marketing directo. Información del área de negocio y/o marca o de la analítica web.

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores de desempeño competente</i>
<i>Calidad en el mantenimiento del funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Monitorización del estado de la plataforma.- Traslado de los datos del estado de la web a los informes de rendimiento.- Corrección de las posibles incidencias detectadas.- Aplicación de los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Destreza en la gestión de la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Gestión de las fichas de producto y/o servicio.- Publicación de las ofertas, campañas, promociones u otras.- Revisión de las valoraciones de los clientes y/o usuarios.- Revisión de las imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Rigor en el seguimiento del inventario, volumen comercial y stock de productos.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Revisión del inventario ofertado en la plataforma.- Mantenimiento de la capacidad de unidades de venta- Actualización del estado de los pedidos.- Supervisión de los pedidos con posibles incidencias.- Generación de la factura de venta al finalizar la supuesta venta. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>
<i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i>	<p><i>El desempeño competente permite sobrepasar el tiempo asignado hasta en un 25%</i></p>
<p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i></p>	

Escala A

4	<i>Para el mantenimiento del funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico, monitoriza el estado de la plataforma, verificando la velocidad de carga, el estado de la memoria intermedia, el tamaño, formato de las imágenes, vídeos, entre otros, detectando los posibles errores e incidencias que obstaculicen el tráfico previsto. Traslada los datos del estado de la web a los informes de rendimiento, focalizando en ellos las posibles incidencias. Corrige las posibles incidencias detectadas, aplicando las técnicas correspondientes. Aplica los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web, a partir de la información generada.</i>
3	<i>Para el mantenimiento del funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico, monitoriza el estado de la plataforma, verificando la velocidad de carga, el estado de la memoria intermedia, el tamaño, formato de las imágenes, vídeos, entre otros, detectando los posibles errores e incidencias que obstaculicen el tráfico previsto. Traslada los datos del estado de la web a los informes de rendimiento, focalizando en ellos las posibles incidencias. Corrige las posibles incidencias detectadas, aplicando las técnicas correspondientes. Aplica los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web, a partir de la información generada, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i>
2	<i>Para el mantenimiento del funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico, monitoriza el estado de la plataforma, verificando la velocidad de carga, el estado de la memoria intermedia, el tamaño, formato de las imágenes, vídeos, entre otros, detectando los posibles errores e incidencias que obstaculicen el tráfico previsto. Traslada los datos del estado de la web a los informes de rendimiento, focalizando en ellos las posibles incidencias. Corrige las posibles incidencias detectadas, aplicando las técnicas correspondientes. Aplica los nuevos planes de desarrollo y propuestas de optimización web, a partir de la información generada, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i>
1	<i>No mantiene el funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala B

4	<i>Para la gestión de la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico, gestiona las fichas de producto y/o servicio, incorporando actualizaciones según la variación de los objetivos de comerciales. Publica las ofertas, campañas, promociones u otras, incorporando la información de los productos y/o servicios, indicando los plazos de la oferta y las condiciones de la misma, según los estándares de comunicación, los protocolos establecidos. Revisa las valoraciones de los supuestos clientes y/o usuarios, recopilando las sugerencias, incidencias, comentarios sobre la idoneidad de los productos y/o servicios, grado de satisfacción del mismo, la experiencia de usuario, la marca u otras. Revisa las imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos, comprobando la idoneidad, obsolescencia de los mismos, según la evolución de los gustos de clientes y/o usuarios y tendencias de mercado, entre otras variables que les condicionen.</i>
3	<i>Para la gestión de la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico, gestiona las fichas de producto y/o servicio, incorporando actualizaciones según la variación</i>

	<p><i>de los objetivos de comerciales. Publica las ofertas, campañas, promociones u otras, incorporando la información de los productos y/o servicios, indicando los plazos de la oferta y las condiciones de la misma, según los estándares de comunicación, los protocolos establecidos. Revisa las valoraciones de los supuestos clientes y/o usuarios, recopilando las sugerencias, incidencias, comentarios sobre la idoneidad de los productos y/o servicios, grado de satisfacción del mismo, la experiencia de usuario, la marca u otras. Revisa las imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos, comprobando la idoneidad, obsolescencia de los mismos, según la evolución de los gustos de clientes y/o usuarios y tendencias de mercado, entre otras variables que les condicionen, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para la gestión de la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico, gestiona las fichas de producto y/o servicio, incorporando actualizaciones según la variación de los objetivos de comerciales. Publica las ofertas, campañas, promociones u otras, incorporando la información de los productos y/o servicios, indicando los plazos de la oferta y las condiciones de la misma, según los estándares de comunicación, los protocolos establecidos. Revisa las valoraciones de los supuestos clientes y/o usuarios, recopilando las sugerencias, incidencias, comentarios sobre la idoneidad de los productos y/o servicios, grado de satisfacción del mismo, la experiencia de usuario, la marca u otras. Revisa las imágenes del producto, servicio, videos u otros medios gráficos, comprobando la idoneidad, obsolescencia de los mismos, según la evolución de los gustos de clientes y/o usuarios y tendencias de mercado, entre otras variables que les condicionen, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i></p>
1	<p><i>No gestiona la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala C

4	<p><i>Revisa el inventario ofertado en la plataforma, comparando con las previsiones comerciales. Mantiene la capacidad de unidades de venta, detectando las posibles diferencias entre el stock necesario y el disponible. Actualiza el estado de los pedidos, generando información inmediata al cliente y/o usuario informando del nuevo estado. Supervisa los pedidos con posibles incidencias, subsanando o modificando la entrega y genera la factura de venta al finalizar la supuesta venta, facilitando una copia al cliente y/o usuario, generando otra para trámites contables y fiscales.</i></p>
3	<p><i>Revisa el inventario ofertado en la plataforma, comparando con las previsiones comerciales. Mantiene la capacidad de unidades de venta, detectando las posibles diferencias entre el stock necesario y el disponible. Actualiza el estado de los pedidos, generando información inmediata al cliente y/o usuario informando del nuevo estado. Supervisa los pedidos con posibles incidencias, subsanando o modificando la entrega y genera la factura de venta al finalizar la supuesta venta, facilitando una copia al cliente y/o usuario, generando otra para trámites contables y fiscales, pero comete pequeñas irregularidades que no afectan al resultado final.</i></p>
2	<p><i>Revisa el inventario ofertado en la plataforma, comparando con las previsiones comerciales.</i></p>

	<i>Mantiene la capacidad de unidades de venta, detectando las posibles diferencias entre el stock necesario y el disponible. Actualiza el estado de los pedidos, generando información inmediata al cliente y/o usuario informando del nuevo estado. Supervisa los pedidos con posibles incidencias, subsanando o modificando la entrega y genera la factura de venta al finalizar la supuesta venta, facilitando una copia al cliente y/o usuario, generando otra para trámites contables y fiscales, pero comete grandes irregularidades que afectan al resultado final.</i>
1	<i>No revisa el inventario ofertado en la plataforma.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

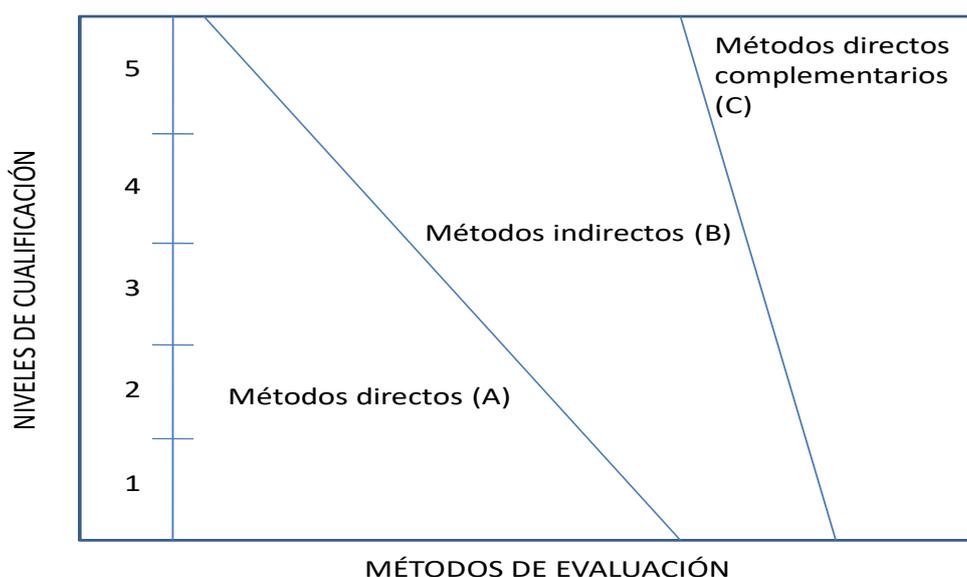
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
 - Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).

- Ejecución de un proyecto (C).
- Entrevista profesional estructurada (C).
- Preguntas orales (C).
- Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de



integración cultural, entre otras. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación formal y no tenga experiencia en el proceso de Gestionar plataformas de comercio electrónico, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel "3" y sus competencias conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo



práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.

- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.

- h) Poner desviaciones de stock, para así valorar la competencia de la persona candidata, de detección de errores.