



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA “UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

1: Recopilar la información necesaria para la implantación del espacio comercial, siguiendo los criterios establecidos por la organización, respetando la normativa aplicable en materia comercial, de seguridad e higiene y otros requisitos de obligado cumplimiento en el proceso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Identificar la información sobre la empresa y/o el establecimiento, el consumidor, el producto y las técnicas de implantación, obteniendo los parámetros necesarios para la definición del espacio comercial y su posible proyección en un ámbito digital, mediante aplicaciones móviles y sitios web, tanto informativos como de comercio electrónico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Seleccionar los medios y fuentes de información para la implantación de espacios comerciales, atendiendo a criterios de tiempo, coste y accesibilidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Obtener la normativa aplicable relacionada con la actividad comercial en el establecimiento, los usos y costumbres comerciales y el cumplimiento de los criterios de prevención de riesgos laborales, entre otros, teniendo en cuenta el proyecto de implantación comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Identificar los requisitos administrativos para la obtención de licencias y autorizaciones de implantación de espacios comerciales y de sus elementos exteriores, observando las normativas en todo ámbito geográfico aplicación, transmitiéndosela posteriormente a las personas responsables de su gestión y aplicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Determinar los elementos de interior y exterior del establecimiento comercial, interpretando la información que requiere el proyecto de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Recopilar la información necesaria para la implantación del espacio comercial, siguiendo los criterios establecidos por la organización, respetando la normativa aplicable en materia comercial, de seguridad e higiene y otros requisitos de obligado cumplimiento en el proceso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
implantación, obtenida en el punto de venta, para ajustarla a la planificación del mismo.				
1.6: Estudiar el entorno y el impacto medioambiental, previo a la implantación, identificando aquellos condicionantes a tener en cuenta (normativa aplicable, sostenibilidad, eficiencia, gestión ambiental, reciclaje, calidad del ambiente interior, el confort y la contaminación acústica, entre otros), para cumplir los requisitos de respeto al medioambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Determinar la implantación de los elementos de interior y exterior del establecimiento comercial en función de la imagen corporativa y objetivos de la entidad y cumpliendo con la normativa aplicable en materia comercial.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Distribuir el espacio del establecimiento comercial, teniendo en consideración los elementos arquitectónicos y de acceso (puertas, escaleras, ascensores), asignando pasillos y secciones de manera que faciliten las compras y la circulación de los clientes, utilizando un esquema gráfico sobre el plano o una aplicación informática de diseño y distribución de espacios, y cumpliendo con la normativa aplicable en materia comercial, medioambiental y de seguridad e higiene, entre otras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Determinar los elementos exteriores (rótulos, escaparates, señalización en vías públicas, entre otros), teniendo en cuenta el espacio disponible, el tipo de edificio y la imagen corporativa que se quiere transmitir, utilizando aplicaciones informáticas de diseño y distribución de espacios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Establecer la ubicación de las 'zonas frías y calientes', proponiendo alternativas para su animación y consiguiendo focalizar en ellas la atención del público para que se optimicen las ventas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Proyectar la imagen del establecimiento, utilizando elementos de atracción y fidelización en el diseño de los elementos interiores y exteriores, buscando elementos de diferenciación con respecto a la competencia y adecuándolos al impacto visual y medioambiental del entorno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Determinar la implantación de los elementos de interior y exterior del establecimiento comercial en función de la imagen corporativa y objetivos de la entidad y cumpliendo con la normativa aplicable en materia comercial.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.5: Disponer los elementos de interior tales como: el mobiliario, 'displays', soportes promocionales y demás relativos al merchandising, en función de la ubicación de las secciones, características del local, productos, coste y tipología de clientes, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Efectuar el acondicionamiento de la superficie comercial: iluminación, colores, ambientación musical, elementos decorativos y disposición de los mismos, entre otros, comprobando que se adecúa a los objetivos de imagen y promoción de ventas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7: Determinar la señalización y elementos de seguridad del establecimiento comercial en función de la distribución del espacio y acondicionamiento de la superficie, facilitando su localización y teniendo en cuenta la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.8: Trasladar los elementos exteriores e interiores a entornos de información online y venta electrónica cuando proceda, utilizando recursos digitales para conseguir efectos equivalentes o similares a los conseguidos en el espacio físico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Elaborar el proyecto de implantación del espacio comercial con los elementos internos y externos definidos, de acuerdo con el presupuesto disponible.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Elaborar el proyecto de implantación, incluyendo los elementos definidos por las personas responsables de la dirección del proyecto, de manera estructurada, de acuerdo a las especificaciones recibidas, utilizando aplicaciones informáticas de diseño de espacios comerciales, en términos de estructura, arquitectura de la información y experiencia de usuario, adaptando la implantación del espacio comercial a un entorno digital.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Presentar las alternativas de distribución/implantación del espacio en el establecimiento comercial, argumentando su contribución al logro de los objetivos de venta y mediante el uso de técnicas gráfico-plásticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Elaborar el presupuesto de las alternativas de distribución/implantación del espacio comercial, teniendo en cuenta todas las partidas económicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Elaborar el proyecto de implantación del espacio comercial con los elementos internos y externos definidos, de acuerdo con el presupuesto disponible.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
relacionadas con los recursos humanos y materiales que intervienen en el proyecto, las especificaciones recibidas de los responsables de la empresa y la normativa comercial, de consumo y de seguridad, entre otras, aplicable, utilizando aplicaciones informáticas específicas.				
3.4: Elaborar el cronograma con las tareas y los tiempos para la implantación del espacio comercial mediante aplicaciones informáticas específicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Organizar el proyecto de implantación en el espacio comercial del establecimiento en función de las características de la empresa, del público objetivo y del producto y/o servicio a comercializar, asegurando los niveles de seguridad, medioambientales y de calidad establecidos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Establecer las medidas organizativas para la implantación del espacio comercial, de acuerdo con el proyecto aprobado por las personas responsables del mismo y los criterios de calidad de la entidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Transmitir las instrucciones para la eficaz implantación del espacio comercial a las personas que intervienen en el proceso, asegurando los niveles de seguridad, medioambientales y de calidad establecidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Exponer los criterios y requisitos de implantación comercial a los técnicos, arquitectos o diseñadores, en el supuesto de que el proyecto requiera la contratación de especialistas, cumpliendo con los objetivos previstos por la organización en el diseño del espacio comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Organizar la ubicación del mobiliario y materiales para la implantación del espacio comercial, verificando que está de acuerdo a lo especificado en el proyecto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Controlar los gastos originados durante la implantación del espacio comercial, comprobando los límites establecidos en el presupuesto, para ajustarse a lo estipulado en el plan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6: Subsanan las desviaciones o incidencias que surjan durante la implantación del espacio comercial, adoptando medidas correctoras que estén de acuerdo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Organizar el proyecto de implantación en el espacio comercial del establecimiento en función de las características de la empresa, del público objetivo y del producto y/o servicio a comercializar, asegurando los niveles de seguridad, medioambientales y de calidad establecidos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
con las especificaciones establecidas en el proyecto de implantación y los parámetros de calidad.				
4.7: Evaluar los objetivos marcados en las fases de proyecto de implantación en todas las fases del proyecto de implantación, verificando que se han alcanzado los resultados esperados en la planificación inicial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5: Realizar la implantación virtual, desarrollo y administración del espacio comercial, transmitiendo las especificaciones que requiere su diseño, bajo la supervisión de la persona responsable de la implantación, de acuerdo con los objetivos comerciales y el plan de marketing online de la organización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Definir los contenidos del espacio o tienda virtual vinculados a la descripción del producto y/o servicio, facilitando información detallada a los clientes, resolviendo dudas potenciales y mostrando llamadas claras a la acción, proporcionando una adecuada información, de acuerdo con la normativa aplicable al comercio, publicidad y contratación en Internet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Indicar las características vinculadas a la imagen corporativa de la empresa a la persona responsable del diseño de la web, plataforma de comercio electrónico o aplicación móvil, conforme a los objetivos comerciales, el plan de marketing online de la organización y la normativa aplicable en materia de comercio electrónico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Proponer la navegación en el espacio digital del establecimiento comercial, definiendo criterios de arquitectura, usabilidad, experiencia, ofertas, productos destacados y/o relacionados e impulso de la conversión y fidelidad, para mejorar las relaciones con la clientela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Utilizar el estilo narrativo de los mensajes comerciales utilizados en el entorno web, redes sociales, blogs, entre otros, teniendo en cuenta las características del producto/servicio objeto de comercialización y la tipología del internauta y/o comprador online, para captar su atención y crear el deseo de compra de acuerdo a las normas internas de la organización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Financiado por
la Unión Europea

5: Realizar la implantación virtual, desarrollo y administración del espacio comercial, transmitiendo las especificaciones que requiere su diseño, bajo la supervisión de la persona responsable de la implantación, de acuerdo con los objetivos comerciales y el plan de marketing online de la organización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.5: Transmitir las especificaciones sobre la tienda o espacio virtual a la persona responsable de su desarrollo, presentando diferentes alternativas de elementos para el diseño en coherencia con la imagen corporativa, los objetivos del sitio web y el plan de implantación online.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6: Vigilar el cumplimiento de la normativa aplicable en materia de protección de datos, identificando que aparece en las distintas plataformas y canales de comunicación online y asegurando que la clientela la acepte cuando acceda a los distintos sitios online.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7: Supervisar la gestión de la seguridad en la red y comercio electrónico, mediante la identificación de las amenazas a los sistemas de información y de las herramientas de seguridad y su aplicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.8: Identificar el conocimiento de los sistemas de seguridad de la organización, la firma electrónica, firma digital, certificados existentes y las amenazas sobre la autenticidad de las firmas, para evitar posibles riesgos en las transacciones electrónicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>