

Estándar de competencias profesionales

Establecer la implantación de espacios comerciales

Familia Profesional	Comercio y Marketing
Nivel	3
Código	ECP0501_3
Estado	BOE
Publicación	RD 915/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** 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.
- IC1.1** La información sobre la empresa y/o el establecimiento, el consumidor, el producto y las técnicas de implantación se identifica, 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.
- IC1.2** Los medios y fuentes de información para la implantación de espacios comerciales se seleccionan, atendiendo a criterios de tiempo, coste y accesibilidad.
- IC1.3** 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, se obtiene teniendo en cuenta el proyecto de implantación comercial.
- IC1.4** Los requisitos administrativos para la obtención de licencias y autorizaciones de implantación de espacios comerciales y de sus elementos exteriores se identifican, observando las normativas en todo ámbito geográfico de aplicación, transmitiéndosela posteriormente a las personas responsables de su gestión y aplicación.

IC1.5 Los elementos de interior y exterior del establecimiento comercial se determinan, interpretando la información que requiere el proyecto de implantación, obtenida en el punto de venta, para ajustarla a la planificación del mismo.

IC1.6 El entorno y el impacto medioambiental, previo a la implantación, se estudian, 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.

EC2 Determinar la implantación de los elementos de interior y exterior del establecimiento comercial en función de la imagen corporativa y objetivos de la entidad, cumpliendo con la normativa aplicable en materia comercial.

IC2.1 El espacio del establecimiento comercial se distribuye, 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 la clientela, 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.

IC2.2 Los elementos exteriores (rótulos, escaparates, señalización en vías públicas, entre otros) se determinan, 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.

IC2.3 La ubicación de las "zonas frías y calientes" se establece, proponiendo alternativas para su animación y consiguiendo focalizar en ellas la atención del público para que se optimicen las ventas.

IC2.4 La imagen del establecimiento se proyecta, 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.

IC2.5 Los elementos de interior tales como: el mobiliario, "displays", soportes promocionales y demás relativos al merchandising, se disponen en función de la ubicación de las secciones, características del local, productos, coste y tipología de la clientela, entre otros.

IC2.6 El acondicionamiento de la superficie comercial: iluminación, colores, ambientación musical, elementos decorativos y disposición de los mismos, entre otros, se efectúa, comprobando que se adecúa a los objetivos de imagen y promoción de ventas.

IC2.7 La señalización y elementos de seguridad del establecimiento comercial se determinan en función de la distribución del espacio y acondicionamiento de la superficie, facilitando su

localización y teniendo en cuenta la normativa aplicable en materia sobre prevención de riesgos laborales.

IC2.8 Los elementos exteriores e interiores se trasladan a entornos de información online y venta electrónica cuando proceda, utilizando recursos digitales para conseguir efectos equivalentes o similares a los perseguidos en el espacio físico.

EC3 Elaborar el proyecto de implantación del espacio comercial con los elementos internos y externos definidos, de acuerdo con el presupuesto disponible.

IC3.1 El proyecto de implantación se elabora, 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.

IC3.2 Las alternativas de distribución/implantación del espacio en el establecimiento comercial se presentan, argumentando su contribución al logro de los objetivos de venta y mediante el uso de técnicas gráfico-plásticas.

IC3.3 El presupuesto de las alternativas de distribución/implantación del espacio comercial se elabora, teniendo en cuenta todas las partidas económicas 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.

IC3.4 El cronograma con las tareas y los tiempos para la implantación del espacio comercial se elabora mediante aplicaciones informáticas específicas.

EC4 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.

IC4.1 Las medidas organizativas para la implantación del espacio comercial se establecen, de acuerdo con el proyecto aprobado por las personas responsables del mismo y los criterios de calidad de la entidad.

IC4.2 Las instrucciones para la eficaz implantación del espacio comercial se transmiten a las personas que intervienen en el proceso, asegurando los niveles de seguridad, medioambientales y de calidad.

- IC4.3** Los criterios y requisitos de implantación comercial se exponen 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.
- IC4.4** La ubicación del mobiliario y materiales para la implantación del espacio comercial se organiza, verificando que está de acuerdo a lo especificado en el proyecto.
- IC4.5** Los gastos originados durante la implantación del espacio comercial se controlan, comprobando los límites establecidos en el presupuesto, para ajustarse a lo estipulado en el plan.
- IC4.6** Las desviaciones o incidencias que surjan durante la implantación del espacio comercial se subsanan, adoptando medidas correctoras que estén de acuerdo con las especificaciones establecidas en el proyecto de implantación y los parámetros de calidad.
- IC4.7** Los objetivos marcados en las fases de proyecto de implantación se evalúan en todas las fases del proyecto de implantación, verificando que se han alcanzado los resultados esperados en la planificación inicial.

EC5 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.

- IC5.1** Los contenidos del espacio o tienda virtual vinculados a la descripción del producto y/o servicio se definen, facilitando información detallada a la clientela, 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.
- IC5.2** Las características vinculadas a la imagen corporativa de la empresa se indican 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.
- IC5.3** La navegación en el espacio digital del establecimiento comercial se propone, 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.
- IC5.4** El estilo narrativo de los mensajes comerciales utilizados en el entorno web, redes sociales, blogs, entre otros, se utiliza 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.

- IC5.5** Las especificaciones sobre la tienda o espacio virtual se transmiten 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.
- IC5.6** El cumplimiento de la normativa aplicable en materia de protección de datos se vigila, 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.
- IC5.7** La gestión de la seguridad en la red y comercio electrónico, se supervisa, mediante la identificación de las amenazas a los sistemas de información y de las herramientas de seguridad y su aplicación.
- IC5.8** 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, se identifican, para evitar posibles riesgos en las transacciones electrónicas.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Decoradores de espacios comerciales

Encargados de tienda o sección

Organizadores de puntos de venta autoservicio

Especialistas en implantación en espacios comerciales

Entrenadores/supervisores de punto de venta (Field coaches)

Medios de producción

Canales de comercialización: establecimiento, entorno web de comercio electrónico, aplicaciones móviles, redes sociales, blogs, entre otros. Equipos y programas informáticos específicos para el diseño de espacios comerciales. Internet e intranet. Terminales de telefonía fija y móvil. Elementos de implantación interiores y exteriores. Elementos de seguridad física y online. Firma electrónica. Sistemas de seguridad en la red.

Información utilizada o generada

Sobre la empresa: imagen corporativa, sistema de calidad, posicionamiento y competencia, objetivos comerciales, acuerdos con proveedores. Sobre el establecimiento: planos, dimensiones, estructuras, localización, comunicación, licencias y permisos, distribución de zonas "frías y calientes" existentes, entre otros: ubicación de elementos (TPV, "scanner", equipamientos de seguridad, entre otros); croquis, bocetos del establecimiento comercial. Sobre el consumidor: gustos y preferencias, tendencias de consumo, perfil, estilo de vida, y otros. Sobre el producto o servicio: características, atributos, categoría, trazabilidad, gama de productos, usos y otros. Materiales, iluminación, colores, ambientación musical, itinerarios, mobiliario, entre otros. Normativa aplicable en materia de seguridad, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, comercial, firma electrónica comercio, publicidad y contratación, tratamiento y gestión de residuos y otras normativas relacionadas con la aplicación del diseño del espacio, licencias y autorizaciones. Informes de implantación virtual de productos y/o servicios online y tráfico del sitio web y/o de otras plataformas digitales del establecimiento. Normas de calidad.