

Estándar de competencias profesionales

Gestionar un pequeño comercio

Familia Profesional	Comercio y Marketing
Nivel	2
Código	ECP2104_2
Estado	BOE
Publicación	RD 1021/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** Determinar las características del pequeño comercio, definiendo un modelo de negocio, valorando la oportunidad, viabilidad, localización, omnicanalidad, entre otros, para su puesta en marcha.
- IC1.1** Las necesidades de un pequeño comercio (instalaciones, equipamiento, mobiliario, sistemas de facturación y cobro, terminal punto de venta -TPV-, entre otros) se establecen, analizando el modelo de negocio, los productos y la clientela objetivos, elaborando un plan de inversiones.
- IC1.2** La ubicación del local se determina, evaluando las ventajas e inconvenientes de las posibles localizaciones, considerando factores tales como: coste, situación, proximidad a la clientela objetivo, accesibilidad, entre otros.
- IC1.3** La política de ventas de los productos y/o servicios (precio, modalidades/facilidades de pago, promociones/descuentos, entre otras), se determinan analizando el margen de beneficios objetivo, costes, ingresos, impuestos, precios de la competencia, percepción del valor por la clientela, diferenciación del producto, entre otros.
- IC1.4** La incorporación de innovaciones tecnológicas, comerciales y/o de gestión se determinan, realizando análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), analizando la competencia y otros mercados, entre otras.

IC1.5 El modelo de negocio del pequeño comercio se define, previendo las funciones que serán externalizadas, considerando posibles escenarios de crecimiento empresarial, entre otras.

IC1.6 La estrategia digital del pequeño comercio se define, incorporando acciones de omnicanalidad, mejorando la atención a la clientela.

EC2 Implantar un pequeño comercio, atendiendo al modelo de negocio elegido: características, productos o servicios ofertados a la clientela, para conseguir la rentabilidad prevista.

IC2.1 La tenencia del local, en propiedad, alquiler, entre otros, se determina, analizando los costes, presupuestos, obligaciones legales, nivel de apalancamiento financiero, entre otras.

IC2.2 Las instalaciones, equipamiento y mobiliario para el desarrollo de la actividad de venta y servicios adicionales del pequeño comercio de proximidad se implementan, cumpliendo con los requisitos legales aplicables, considerando criterios de calidad, cumpliendo con planificación presupuestaria, entre otras.

IC2.3 El personal se contrata, estimando las previsiones de necesidades permanentes y temporales de capital humano, definiendo los perfiles y puestos a cubrir, analizando los tipos de contrato, entre otras.

IC2.4 La gestión económico-financiera del comercio se desarrolla, realizando una planificación de las necesidades de tesorería y financiación de la empresa, contratando productos financieros y de crédito, dimensionando un fondo de maniobra acorde a los estados contables previsionales en escenarios de contingencia, entre otros.

IC2.5 Las inversiones para equipamiento y/o modernización del comercio se realizan, valorando las opciones de financiación: subvenciones, crédito, renting, póliza, ampliación de capital, fondos propios, entre otras, adaptando la planificación económica-financiera, considerando variables de holgura ante posibles escenarios de contingencias, utilizando asesoramiento económico-financiero especializado, entre otros.

IC2.6 Las pólizas de seguro para el ejercicio de la actividad se contratan, analizando sus coberturas, contratando la que cubra los riesgos de un pequeño comercio.

EC3 Cumplir con las obligaciones mercantiles, laborales, tributarias, de consumo, entre otras, realizando trámites preferentemente por vía electrónica, para la puesta en marcha de un pequeño comercio.

IC3.1 La constitución y funcionamiento del pequeño comercio de proximidad se tramita, buscando asesoramiento especializado en profesionales independientes, asociaciones empresariales, servicios específicos de apoyo a emprendimiento y empresas, entre otros.

- IC3.2** El registro y depósito mercantil de los documentos obligatorios: visado de libros y las obligaciones registrales, entre otras, se realizan, cumpliendo la normativa aplicable y régimen tributario.
- IC3.3** Los trámites de carácter laboral del pequeño comercio: nóminas, pago de impuestos, contratación de personal extra, entre otros, se gestionan, recibiendo asesoramiento de profesionales externos.
- IC3.4** Los impuestos y obligaciones fiscales: declaraciones, recargos de equivalencia, entre otros, se liquidan, respetando el calendario fiscal, contratando asesoramiento especializado.
- IC3.5** La documentación mercantil, contable, fiscal, laboral, entre otras, se gestiona, respetando los requisitos legales de custodia, seguridad y confidencialidad, entre otros.
- EC4** Gestionar la actividad económica, la tesorería, la financiación de un pequeño comercio, entre otros, garantizando su rentabilidad y sostenibilidad, para satisfacer los compromisos adquiridos en tiempo y forma.
- IC4.1** El presupuesto y resultado de explotación previsional se establece, estimando ventas y costes, analizando el entorno de referencia sectorial, la información socioeconómica del área de influencia, la evolución de comercios similares, entre otras.
- IC4.2** El control de tesorería de cobros y pagos se elabora, considerando las fechas de vencimiento previstas de futuros ingresos y gastos, estableciendo variables de holgura para que el fondo de maniobra sea suficiente y ajustado a las necesidades de solvencia.
- IC4.3** Las operaciones de tesorería de la actividad del comercio se realizan, seleccionando los medios de tesorería convencionales y/o electrónicos que sean demandados por el mercado, operando con bancos u otros agentes facilitadores de servicios financieros, entre otros.
- IC4.4** La liquidez y solvencia del pequeño comercio se comprueba, estableciendo una planificación económico-financiera, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro futuras, atendiendo a la información diaria de las operaciones.
- IC4.5** La situación de la actividad económica y financiera del pequeño comercio se valora, estableciendo una sistemática de control periódica -diaria, semanal, mensual u otra-, midiendo ratios de rentabilidad, endeudamiento, solvencia (entre otros), detectando desajustes, aplicando medidas correctoras.
- EC5** Definir estrategias en la prestación de servicios a la clientela, potenciando el trato personalizado, para la mejora competitiva del pequeño comercio.
- IC5.1** Los sistemas normalizados de calidad, servicio y códigos de buenas prácticas aplicables al pequeño comercio se implantan, adaptando protocolos de cortesía, comprensión,

credibilidad, trato personalizado, entre otros, valorando los canales presenciales y electrónicos con un enfoque de omnicanalidad.

IC5.2 Los servicios postventa -reparaciones, envíos a domicilio, gestión de garantía, entre otros- propios del servicio de proximidad y calidad del pequeño comercio se establecen, valorando su coste y efectividad, analizando las características de la tienda, las demandas de la clientela, los usos de sector, entre otros.

IC5.3 Los horarios y calendario de apertura del comercio, periodos promocionales, entre otros, se determinan, respetando la normativa aplicable de comercio interior, ordenanzas municipales, entre otros.

IC5.4 El seguimiento de la calidad del servicio prestado se realiza, estableciendo una sistemática de control, utilizando herramientas digitales: sistemas de planificación de recursos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP), Gestión de Relación con los Clientes Customer Relationship Management (CRM), entre otras, midiendo resultados, implementando acciones de mejora, entre otras.

IC5.5 La política de precios se aplica, cumpliendo la normativa en comercio interior y consumo, manteniendo accesible la información actualizada al consumidor, integrando la información on/off line, entre otras.

IC5.6 Las medidas de control y evaluación de pérdidas en un pequeño comercio: robos, hurtos, roturas y daños de los productos se establecen, utilizando sistemas electrónicos de alarma o vigilancia, realizando inventarios físicos periódicos, u otros instrumentos, valorando la conveniencia y oportunidad de contratar pólizas de seguros que cubran dichas contingencias, entre otras.

IC5.7 La gestión de residuos en un pequeño comercio, la eficiencia energética y la implementación de acciones de economía circular se desarrolla, contratando asesoramiento personalizado, realizando auditorías internas, acciones formativas, entre otras.

EC6 Incorporar herramientas digitales de gestión de un pequeño comercio, controlando el cumplimiento de objetivos, midiendo desviaciones sobre resultados esperados e Indicadores clave de rendimiento (KPI), entre otros, para mejorar la fidelización de la clientela.

IC6.1 Los objetivos de gestión del comercio se cumplen, utilizando sistemas de planificación de recursos empresariales Enterprise Resource Planning (ERP), Gestión de Relación con los Clientes Customer Relationship Management (CRM), midiendo desviaciones sobre los resultados establecidos, utilizando indicadores clave de rendimiento (KPI).

IC6.2 Las desviaciones sobre los objetivos establecidos se analizan, estableciendo medidas correctoras, considerando posibles escenarios de mercado, redefiniendo nuevos indicadores clave de rendimiento (KPI), entre otras.

IC6.3 Los planes de acción para la consecución de los objetivos fijados para la gestión del comercio se revisan, estableciendo controles continuos o de carácter periódico, reajustando la planificación a los cambios internos y/o externo en el mercado, entre otras.

IC6.4 Los programas de fidelización de clientes en el pequeño comercio se coordinan, implementando acciones promocionales, mejorando la vinculación con la clientela.

EC7 Mejorar la experiencia de usuario en los canales de comunicación con la clientela, determinando el público objetivo, analizando a la competencia, para mejorar la calidad del modelo de negocio implantado.

IC7.1 La calidad de la experiencia de usuario en los distintos canales se evalúa, realizando encuestas de satisfacción, parametrizando la interacción de los usuarios en los canales digitales: página web, redes sociales, apps móviles, entre otras, analizando los servicios de la competencia (benchmarking).

IC7.2 El plan de comunicación en el pequeño comercio se implementa, asignando personal y medios propios para ejecución y/o supervisión, subcontratando servicios especializados externos, entre otros.

IC7.3 La mejora continua de la experiencia de la clientela se consigue, analizando experiencias en múltiples mercados de referencia, asistiendo a jornadas/foros del sector, aplicando planes de formación continua, entre otros.

IC7.4 La estrategia omnicanal del pequeño comercio se implementa, atendiendo a un enfoque multicanal, fomentando las ventas y la calidad en el servicio postventa, mejorando la experiencia cohesiva de los usuarios.

IC7.5 El modelo de negocio online de un pequeño comercio se implementa, analizando la propuesta de valor, segmentos de mercado objetivo, canales de distribución, relaciones con la clientela, red de socios, estructura de costes, modelo de ingresos, entre otros.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Terminal Punto de Venta (TPV), ordenadores personales, dispositivos móviles con conexión a redes locales y/o internet, equipos de telefonía fija y/o centralita virtual. Elementos informáticos periféricos (impresora, escáner, entre otros). Hosting local y/o en la nube. Canales de comunicación presencial y no presencial: telefonía, e-mail, navegadores de Internet e intranet, sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea, sms, página web, "e-commerce", chats, "e-newsletters", redes sociales, u otros canales digitales. Planificación de Recursos Empresariales (ERP). Aplicaciones ofimáticas del TPV u otras de gestión de pequeños comercios. Aplicaciones ofimáticas generales: procesador de texto, hoja de cálculo, entre otras. Programas informáticos de organización y gestión integral de relaciones con los clientes "Customer Relationship Management" (CRM). Aplicaciones de grandes volúmenes de datos (Big Data) e Inteligencia Artificial (IA). Internet de las Cosas (IoT).

Información utilizada o generada

Información comercial de la zona de influencia del local. Documentación de alta y puesta en marcha de actividad. Proyectos de tienda. Planes de negocio. Licencias de apertura de local. Planos de tienda. Convocatorias de ayudas y subvenciones públicas. Información de productos y servicios bancarios. Contrato de compraventa, alquiler o traspaso de local comercial. Puntos de información y apoyo al pequeño comercio. Información de aseguradoras sobre la cobertura de riesgos en pequeños comercios. Normas de calidad aplicadas a la gestión de pequeños comercios o tiendas. Códigos de buenas prácticas de carácter europeo, nacional, autonómico y local. Cuestionarios de satisfacción de la clientela. Sugerencias de la clientela. Información de medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de negocios. Plan de formación. Comunicaciones en web y redes sociales. Normativas en comercio interior, consumo, en materia mercantil, gestión de residuos, entre otras. Reclamaciones y consultas de la clientela. Boletines oficiales. Publicaciones digitales o físicas especializadas en consumo, mediación y arbitraje. Medios de comunicación. Normas de certificación de la calidad del servicio y/o atención a la clientela. Prensa. Revistas especializadas. Normativa aplicable sobre protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras. Normativa sobre servicios de atención la clientela. Normativa sobre protección de datos personales y garantía de los derechos digitales Normativa sobre publicidad y comercio electrónico. Normativa sobre resolución de conflictos en materia de consumo. Normativa sobre igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Normativa sobre protección de riesgos laborales. Normativa sobre protección medio ambiental.