

Centro de
Referencia Nacional
en Comercio Electrónico
y Marketing



CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DE GRADO SUPERIOR EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Guía Completa de Ejercicios

Un ejercicio por cada Unidad de Trabajo (UT) de los 4 módulos profesionales del Curso de Especialización en Comercio Electrónico

Módulos 5130, 5131, 5132 y 5133 — RD 565/2024 (BOE-A-2024-12502)

Desarrollado sobre el documento "Organización Guía Práctica de Ejercicios Comercio Electrónico"



1. Nota metodológica

Este documento recoge, para cada una de las 20 Unidades de Trabajo (UT) de los 4 módulos profesionales del curso de especialización (5130 a 5133), un ejercicio de ejemplo completo y listo para el aula.

Cada ficha respeta escrupulosamente lo ya aprobado en el “Organización Guía de ejercicios”: no se introducen contenidos, herramientas ni criterios de evaluación nuevos. Cada ejercicio se limita a desarrollar en fases concretas la 'Actividad / caso práctico' y el 'Sistema de evaluación' ya descritos para su UT, garantizando la cobertura íntegra de los criterios oficiales del Resultado de Aprendizaje (RA) correspondiente, verificados letra por letra contra el Anexo I del Real Decreto 565/2024 (BOE-A-2024-12502).

En dos unidades de trabajo el ejercicio precisa la correspondencia evidencia–criterio para asegurar esa cobertura íntegra: en la UT12, donde el “Organización Guía de ejercicios” vincula de forma expresa únicamente los criterios RA2-a y RA2-b, se incorporan las evidencias de los criterios RA2-c a RA2-f; y en la UT20, el criterio RA5-e se vincula al análisis de quejas y sugerencias en redes sociales, que constituye el objeto literal de dicho criterio en el Anexo I, manteniendo la auditoría con el checklist de INCIBE como evidencia complementaria. En ambos casos las evidencias se derivan de la actividad, el marco conceptual y las herramientas ya aprobadas para la UT, sin incorporar contenidos ni herramientas nuevos, y se justifican en la nota de diseño de la ficha correspondiente.

Los módulos 5130 (Administración de plataformas) y 5131 (Marketing relacional) se apoyan en la misma tienda de comercio electrónico que cada alumno/a instala en la UT1; los módulos 5132 (Logística) y 5133 (Atención al cliente) se integran, siempre que la actividad lo permite, con los pedidos reales generados por las compras simuladas entre compañeros, conforme al proyecto funcional transversal descrito en el apartado 7 del “Organización Guía de ejercicios”.

Todas las UT mantienen la escala de valoración ya pactada con el grupo de trabajo docente: no logrado / en proceso / logrado.

Índice de módulos y unidades de trabajo (20 ejercicios)

Módulo 5130 — Administración de plataformas de comercio electrónico (110h)

- Ejercicio 1 — UT1. Instalación y mantenimiento de la plataforma · RA1 · 24h (10h de ejercicio guiado + seguimiento semanal fuera de aula)
- Ejercicio 2 — UT2. Gestión de la información comercial y ficha de producto · RA2 · 24h
- Ejercicio 3 — UT3. Seguimiento de inventario y stock · RA3 · 20h
- Ejercicio 4 — UT4. Control de pedidos y gestión de envíos · RA4 · 22h
- Ejercicio 5 — UT5. Monitorización de KPIs de la plataforma · RA5 · 20h

Módulo 5131 — Gestión del marketing relacional aplicado al comercio electrónico (70h)

- Ejercicio 6 — UT6. Captación de datos para el CRM · RA1 · 14h
- Ejercicio 7 — UT7. Verificación y depuración de la base de datos · RA2 · 14h
- Ejercicio 8 — UT8. Segmentación de la base de datos · RA3 · 14h
- Ejercicio 9 — UT9. Dinamización y optimización de campañas · RA4 · 14h
- Ejercicio 10 — UT10. Monitorización de KPIs del CRM · RA5 · 14h

Módulo 5132 — Logística del comercio electrónico (110h)

- Ejercicio 11 — UT11. Coordinación de la cadena logística y dropshipping · RA1 · 24h
- Ejercicio 12 — UT12. Presupuestos del servicio logístico · RA2 · 22h
- Ejercicio 13 — UT13. Logística inversa y devoluciones · RA3 · 20h
- Ejercicio 14 — UT14. Relación con proveedores y KPIs logísticos · RA4 · 24h
- Ejercicio 15 — UT15. Análisis y control de incidencias · RA5 · 20h

Módulo 5133 — Atención al cliente, consumidor y/o usuario de comercio electrónico (60h)

- Ejercicio 16 — UT16. Identificación de consultas, quejas y reclamaciones (incl. redes sociales) · RA1 · 12h
- Ejercicio 17 — UT17. Información y orientación a la persona consumidora · RA2 · 12h
- Ejercicio 18 — UT18. Derivación de quejas y reclamaciones · RA3 · 12h
- Ejercicio 19 — UT19. Control del proceso de reclamación · RA4 · 12h
- Ejercicio 20 — UT20. Mejora continua a partir de la voz de la clientela · RA5 · 12h

MÓDULO 5130**2. Administración de plataformas de comercio electrónico***Ejercicios de ejemplo n.º 1 a 5 de 20*

Código	5130
Módulo profesional	Administración de plataformas de comercio electrónico
Duración	110 horas
Equivalencia en créditos ECTS	14 créditos
Docente de referencia	Procesos Comerciales (Anexo III, RD 565/2024)
Competencias profesionales asociadas	a, b, c (Art. 5, RD 565/2024) — ver detalle por UT; más las transversales l, m, n, ñ, o, p, comunes a los 4 módulos

Cuadro general de unidades de trabajo

UT	TÍTULO	RA	HORAS
UT1	Instalación y mantenimiento de la plataforma	RA1	24h
UT2	Gestión de la información comercial y ficha de producto	RA2	24h
UT3	Seguimiento de inventario y stock	RA3	20h
UT4	Control de pedidos y gestión de envíos	RA4	22h
UT5	Monitorización de KPIs de la plataforma	RA5	20h

COMPETENCIAS PROFESIONALES DESARROLLADAS EN ESTE MÓDULO (ART. 5, RD 565/2024)**ESPECÍFICAS DE ESTE MÓDULO**

- **a)** Mantener y optimizar el funcionamiento de una plataforma de comercio electrónico, asegurando su disponibilidad, usabilidad y fiabilidad, con el fin de asegurar el nivel de servicio establecido por la organización.
- **b)** Gestionar la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico de acuerdo con los estándares previamente establecidos por la organización, su estrategia comercial y la normativa aplicable, con el fin de mantenerla actualizada y optimizada.
- **c)** Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de la plataforma de comercio electrónico, aplicando las acciones de optimización necesarias para que los resultados de las actuaciones se ajusten a los objetivos previstos por la organización.

TRANSVERSALES (COMUNES A LOS 4 MÓDULOS)

- **l)** Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.
- **m)** Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.
- **n)** Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.
- **ñ)** Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- **o)** Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.
- **p)** Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

MÓDULO 5130 · EJERCICIO 1 DE 20

UT1. Instalación y mantenimiento de la plataforma

Unidad de trabajo	UT1 — Instalación y mantenimiento de la plataforma
Resultado de aprendizaje	RA1
Competencia profesional asociada	a) Art. 5, RD 565/2024
Duración	24h (10h de ejercicio guiado + seguimiento semanal fuera de aula)
Modalidad	Individual (la tienda instalada aquí es la base del proyecto funcional de todo el curso)

Ficha de ejercicio: "Puesta en marcha y primera semana de vida de mi tienda"

Eres responsable de e-commerce de una empresa ficticia que tú mismo defines (nombre, sector de actividad y entre 3 y 5 productos o servicios tipo). Esa definición queda por escrito en una breve 'ficha de empresa' que acompañará tu proyecto durante todo el curso y que reutilizarás en los módulos 5131 a 5133. Tu primera responsabilidad como administrador de la plataforma es dejar la tienda operativa y demostrar, desde el primer día, que sabes vigilar su salud técnica.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Definición del caso ficticio y arquitectura (2h): Redacta la ficha de tu empresa ficticia (nombre, sector, 3-5 productos/servicios tipo, público objetivo). Describe brevemente, en un esquema de 4 bloques, la arquitectura de tu plataforma (frontend, backend, base de datos, hosting), identificando qué parte gestiona cada elemento en tu entorno concreto (PrestaShop 9.x sobre CDMON, o WooCommerce sobre WordPress educativo).

Fase 2 — Instalación y configuración (2h): Instala tu tienda de pruebas y configura idioma, moneda, impuestos aplicables y al menos dos zonas de envío distintas (por ejemplo, nacional y una zona internacional simulada), documentando cada paso con una captura.

Fase 3 — Definición de parámetros de referencia (1h): Define 3-4 parámetros técnicos de referencia (tiempo de carga de la home, tiempo de carga de una ficha de producto, tasa de errores 404/500, uso de caché u optimización de imágenes) usando PageSpeed Insights/Core Web Vitals y el panel nativo de la plataforma. Para cada parámetro fija un valor umbral realista y justifica en 2-3 líneas por qué es relevante para tu negocio concreto.

Fase 4 — Monitorización durante una semana (fuera de horario de clase): Registra los 3-4 parámetros al menos tres veces a lo largo de la semana, en días distintos, anotando hora y contexto de la medición (por ejemplo, justo después de subir una imagen sin optimizar). Compara cada medición con tu valor de referencia y señala expresamente cualquier desviación detectada.

Fase 5 — Incidencia simulada y resolución (2h): El docente, o un compañero en rotación asumiendo el rol de responsable de área, introduce una incidencia real: una imagen sin comprimir que dispara el tiempo de carga, un enlace roto, un problema de caché. Debes: a) detectarla con tus propias herramientas de monitorización; b) documentarla en un informe breve (síntoma, causa probable, impacto); c) resolverla aplicando una técnica concreta (comprimir imagen, optimizar caché, rediseñar formato u otra) dentro de un plazo que fijes y justifiques tú mismo según la gravedad detectada.

Fase 6 — Vigilancia tecnológica (2h): Busca 2-3 tendencias aplicables a tu plataforma en fuentes de nivel profesional (blog oficial o changelog de versiones de PrestaShop/WooCommerce, comunidades de desarrolladores, boletines sectoriales). Para cada una documenta: fuente exacta, resumen en 3-4 líneas propias y aplicabilidad concreta a tu negocio ficticio (qué cambiarías en tu tienda si la adoptases).

Fase 7 — Escalado formal a un responsable de área (1h): A partir de una de las tendencias anteriores, redacta y presenta una propuesta de optimización en formato de comunicación profesional (correo o informe de una página), dirigida al 'responsable de área' simulado, incluyendo justificación, estimación de esfuerzo y beneficio esperado.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de empresa ficticia con esquema de arquitectura básica
- URL de la tienda de pruebas, accesible y con capturas del proceso de instalación
- Ficha de parámetros de referencia con justificación de elección y umbrales
- Registro de monitorización semanal (mínimo 3 mediciones) con comparación frente a referencia
- Informe de rendimiento con la incidencia detectada y su impacto
- Registro de la incidencia resuelta: síntoma, causa, técnica aplicada, plazo cumplido
- Ficha de vigilancia tecnológica (2-3 tendencias, fuente, resumen, aplicabilidad)
- Propuesta de optimización redactada y escalada formalmente

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Tienda instalada y accesible en un entorno de pruebas	(evidencia de partida)
Registro de monitorización de parámetros frente a referencia	RA1-a, RA1-b
Informe de rendimiento con incidencias señaladas	RA1-c
Registro de incidencia resuelta (técnica + plazo)	RA1-d
Ficha de vigilancia tecnológica	RA1-e
Propuesta de optimización escalada formalmente	RA1-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Cada fase se corresponde uno a uno con el 'marco conceptual' y la 'actividad/caso práctico' ya descritos en UT1 del documento "Organización Guía de ejercicios" (pág. 6-7). La tienda instalada aquí es, según el propio documento, la base del proyecto funcional de todo el curso.

MÓDULO 5130 · EJERCICIO 2 DE 20

UT2. Gestión de la información comercial y ficha de producto

Unidad de trabajo	UT2 — Gestión de la información comercial y ficha de producto
Resultado de aprendizaje	RA2
Competencia profesional asociada	b) Art. 5, RD 565/2024
Duración	24h
Modalidad	Individual, sobre la propia tienda instalada en UT1

Ficha de ejercicio: "Lanzo y mantengo actualizado un producto de mi catálogo"

Sigues como administrador/a de tu tienda ficticia. Ahora tu responsabilidad se centra en la información comercial: cómo se presenta, se actualiza y se revisa un producto de tu catálogo durante las fases de lanzamiento y mantenimiento de su ciclo de vida. La fase de descatalogación, con su redirección permanente, se trabaja en la UT3 (RA3-d y RA3-e).

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Redacción y publicación de la ficha (8h): Redacta y publica en tu tienda la ficha completa de un producto ficticio de tu catálogo: título, descripción corta y larga (aplicando el modelo AIDA: Atención, Interés, Deseo, Acción), atributos técnicos, imágenes con encuadre y fondo neutro conforme a los formatos exigidos por la plataforma, y SEO on-page (palabra clave principal, metadescripción, título optimizado). La ficha debe incluir al menos una variante (talla, color, formato...) y una condición comercial adicional (oferta o descuento con plazo definido, conforme a la normativa de consumo vigente).

Fase 2 — Apoyo de herramientas de edición e IA (incluido en la fase anterior): Para la imagen puedes usar Canva Magic Studio (Magic Write para el primer borrador de texto, Magic Design/Magic Media para la composición gráfica) o Photopea como alternativa sin licencia. Un asistente de IA generativa de propósito general puede ayudarte con el primer borrador del texto comercial, pero toda publicación exige tu revisión humana final antes de publicar, por motivos de veracidad publicitaria y cumplimiento de la normativa de consumidores.

Fase 3 — Mantenimiento con calendario (3h): Define un calendario de actualización de tu ficha (diario o semanal, según la variable que elijas) y documenta al menos una actualización real, justificada por una variable de mercado concreta (una subida de precio de la competencia, un cambio de temporada, una caída de tráfico...).

Fase 4 — Cambio de condiciones comerciales (3h): Simula una instrucción recibida del área comercial: cambia el precio, un impuesto, el gasto de transporte o la política de devoluciones de tu producto, siguiendo un protocolo formal por escrito (quién lo pide, cuándo se aplica el cambio, dónde queda registrado el cambio para auditoría posterior).

Fase 5 — Comparativa de sustitutivos y complementarios (3h): Elabora un informe comparando tu producto con al menos un producto sustitutivo y un producto complementario de tu propio catálogo, valorando si realmente cubren el mismo grado de satisfacción para tu clientela ficticia y si la ficha de cada uno lo refleja adecuadamente.

Fase 6 — Revisión de valoraciones y reseñas (3h): Revisa un conjunto de valoraciones simuladas (que tú mismo generes o que te asigne el docente) y redacta un informe de conclusiones dirigido al área correspondiente, señalando qué aspectos del producto o la ficha deberían mejorarse a partir de esas opiniones.

Fase 7 — Auditoría de obsolescencia de imágenes (4h, transcurridas 2-3 semanas): Vuelve sobre tu propia ficha y audita si las imágenes o vídeos siguen siendo adecuados según la evolución de gustos y tendencias, proponiendo formalmente su renovación si procede.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de producto publicada, con variante y condición comercial adicional
- Calendario de mantenimiento con al menos una actualización documentada
- Registro de cambio de condiciones comerciales con protocolo aplicado por escrito
- Informe comparativo de sustitutivos y complementarios
- Oferta o campaña publicada conforme a plazos y normativa de consumo
- Informe de revisión de valoraciones con conclusiones dirigidas al área correspondiente
- Auditoría de imágenes/vídeos con propuesta de renovación

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Ficha publicada + calendario de mantenimiento con actualización documentada	RA2-a
Registro de cambio de condiciones comerciales con protocolo aplicado	RA2-b
Informe comparativo de sustitutivos/complementarios	RA2-c
Oferta/campaña publicada conforme a plazos y normativa de consumo	RA2-d
Informe de revisión de valoraciones con conclusiones reportadas	RA2-e
Auditoría de imágenes/vídeos con propuesta de renovación	RA2-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El ejercicio desarrolla las fases de lanzamiento y mantenimiento del ciclo de vida de la ficha descrito en el marco conceptual de UT2. La descatalogación con redirección se evalúa en la UT3 (RA3-d y RA3-e), en coherencia con el Sistema de evaluación del documento “Organización Guía de ejercicios”, que asigna a esa unidad la redirección permanente de la referencia eliminada. Se reutilizan exactamente las herramientas ya validadas en el documento “Organización Guía de ejercicios” (Canva Magic Studio/Photopea y apoyo puntual de IA con revisión humana obligatoria).

MÓDULO 5130 · EJERCICIO 3 DE 20

UT3. Seguimiento de inventario y stock

Unidad de trabajo	UT3 — Seguimiento de inventario y stock
Resultado de aprendizaje	RA3
Competencia profesional asociada	a) Art. 5, RD 565/2024
Duración	20h
Modalidad	Individual, simulación integral sobre la propia tienda

Ficha de ejercicio: "Gestiono una rotura de stock de principio a fin"

Uno de los productos de tu tienda ficticia empieza a mostrar señales de tensión de stock. A lo largo de este ejercicio vas a vivir, de forma simulada pero completa, todo el recorrido de una rotura de stock: desde que la detectas de forma preventiva hasta que resuelves su impacto en el catálogo sin perder el posicionamiento alcanzado.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Revisión periódica del inventario (4h): Revisa el inventario de tu tienda con una periodicidad que definas tú mismo (por ejemplo, cada dos días), comparándolo con tu propia previsión comercial del periodo siguiente (una campaña, un pico de demanda estacional). Anticipa razonadamente qué referencia de tu catálogo es más probable que rompa stock antes que las demás y por qué.

Fase 2 — Detección y comunicación de la desviación (4h): Simula que detectas que el stock disponible de esa referencia no cubre el stock necesario para atender la demanda prevista. Documenta la comunicación de esa desviación por el medio que tú definas (correo interno, ticket, panel de gestión), especificando la magnitud de la desviación (unidades) y el plazo en el que se agotará el stock.

Fase 3 — Comunicación formal de la rotura de stock (3h): Simula la comunicación formal de la rotura de stock ya consumada al área de logística/almacén (enlace directo con lo que se trabajará, desde el otro lado, en el módulo 5132), incluyendo referencia, cantidad, fecha estimada de reposición y urgencia.

Fase 4 — Actualización de la ficha afectada (4h): Actualiza en la plataforma la ficha del producto afectado: retírala del catálogo o sustitúyela por una alternativa, según el protocolo establecido por la organización, que formalizarás por escrito en esta misma fase (criterios para retirar o sustituir, responsable de la decisión y registro del cambio), dejando constancia de la decisión adoptada y su justificación.

Fase 5 — Configuración de la redirección 301 (4h): Si decides eliminar definitivamente la referencia, configura una redirección 301 permanente hacia una página relevante (categoría o producto sustitutivo) y verifica, con una comprobación real, que no aparece un error de página inexistente y que se conserva el posicionamiento SEO alcanzado por esa URL.

Fase 6 — Checklist final de cierre del caso (1h): Cumplimenta un checklist global que recorra, punto por punto, las cinco evidencias anteriores sobre tu caso concreto, a modo de cierre documental de todo el episodio de rotura de stock.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Informe de revisión periódica de inventario con comparación frente a previsión comercial
- Registro de comunicación de la desviación entre stock necesario y disponible
- Comunicación formal simulada de la rotura al área de logística/almacén
- Evidencia de actualización de la ficha afectada (retirada o sustitución)
- Configuración de redirección 301 verificada
- Checklist final de cierre del caso

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Informe de revisión periódica vs. previsión comercial	RA3-a
Registro de comunicación de la desviación stock necesario/disponible	RA3-b
Comunicación simulada de rotura a logística/almacén	RA3-c
Actualización de la ficha afectada	RA3-d
Redirección 301 configurada y verificada	RA3-e
Checklist global de las 5 evidencias	(síntesis)

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El ejercicio reproduce fielmente la 'simulación integral de una rotura de stock' prevista como actividad de UT3 en el documento "Organización Guía de ejercicios", incluyendo el enlace curricular explícito con el módulo 5132 que el propio documento señala.

MÓDULO 5130 · EJERCICIO 4 DE 20

UT4. Control de pedidos y gestión de envíos

Unidad de trabajo	UT4 — Control de pedidos y gestión de envíos
Resultado de aprendizaje	RA4
Competencia profesional asociada	b) Art. 5, RD 565/2024
Duración	22h
Modalidad	Integrada en el proyecto transversal: pedidos reales generados por compras simuladas entre compañeros/as

Ficha de ejercicio: "Gestiono los pedidos reales que me hacen mis compañeros"

A diferencia de las UT anteriores, este ejercicio no se apoya en pedidos que tú mismo simules: se activa con las compras reales que el resto de la clase hace en tu tienda, tal como prevé el sistema de evaluación transversal del "Organización Guía de ejercicios" (apartado 7). Cuando empieces a recibir pedidos entrantes de tus compañeros/as, este ejercicio arranca de forma natural.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Coordinación e identificación de pedidos (4h): Por cada pedido que recibas, identifica y registra en una ficha: referencia única del pedido, fecha de salida prevista, localización de entrega, datos de la clientela (tu compañero/a comprador), importe, modo de pago y cualquier otro dato que facilite su identificación. Coordina, de forma simulada, con el departamento comercial/logístico (rol asumido por el docente) la prioridad de cada pedido en curso.

Fase 2 — Gestión del ciclo de vida del pedido (6h): Gestiona cada pedido a través de sus estados sucesivos (pendiente → aceptado → enviado → entregado, o bien cancelado/error de pago), notificando cada cambio de estado a la clientela simulada por el canal que hayas definido (correo, mensaje en la plataforma).

Fase 3 — Seguimiento logístico documentado (4h): Mantén un panel o documento de seguimiento de cada pedido hasta su entrega, usando como referencia real un conector de transporte español (por ejemplo, SEUR), sin necesidad de contratarlo realmente para el aula.

Fase 4 — Gestión de una incidencia de entrega (4h): Al menos uno de tus pedidos debe incluir una incidencia de entrega real o simulada (retraso, dirección incorrecta, paquete dañado). Documenta cómo la detectas, cómo la comunicas a la clientela afectada y qué solución aplicas, dentro de qué plazo.

Fase 5 — Documentación fiscal y comercial (4h): Genera la factura de venta correspondiente (con las copias requeridas) y el albarán de entrega (original más copias), utilizando las plantillas o plugins gratuitos disponibles en tu plataforma.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de pedido con datos completos de identificación y coordinación
- Registro de los cambios de estado del pedido con notificación a la clientela
- Panel o documento de seguimiento logístico hasta la entrega
- Informe de resolución de al menos una incidencia de entrega
- Factura de venta generada, con las copias requeridas
- Albarán de entrega generado (original + copias)

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Ficha de pedido con datos completos de identificación/coordinación	RA4-a
Registro de cambios de estado con notificación simulada	RA4-b
Panel/documento de seguimiento logístico	RA4-c

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Informe de resolución de incidencia de entrega	RA4-d
Factura de venta generada	RA4-e
Albarán de entrega generado	RA4-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Esta UT es, por diseño del propio documento “Organización Guía de ejercicios” (apartado 7), la que más depende del resto de la clase: se integra directamente en el proyecto funcional transversal, por lo que su calendario real depende del ritmo de compras simuladas entre compañeros/as.

MÓDULO 5130 · EJERCICIO 5 DE 20

UT5. Monitorización de KPIs de la plataforma

Unidad de trabajo	UT5 — Monitorización de KPIs de la plataforma
Resultado de aprendizaje	RA5
Competencia profesional asociada	c) Art. 5, RD 565/2024
Duración	20h
Modalidad	Individual, seguimiento longitudinal a lo largo de varias semanas

Ficha de ejercicio: "Defino, sigo y concluyo sobre 3 KPIs de mi tienda"

Con la tienda ya en marcha, tu foco pasa de la operativa diaria a la lectura de datos: qué está funcionando y qué no, medido con indicadores concretos y comparado con una referencia externa, para poder tomar decisiones informadas sobre tu propio negocio ficticio.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Definición de KPIs propios (3h): Define al menos 3 KPIs de tu tienda (por ejemplo, tasa de conversión, valor medio de pedido, tasa de abandono de carrito), fijando para cada uno qué se mide exactamente y el umbral que consideras un éxito, siguiendo una lógica similar a la de una North Star Metric.

Fase 2 — Instrumentación técnica (3h): Configura Google Analytics 4 (GA4) en tu tienda de pruebas (eventos, conversiones, embudos), complementado con Google Search Console para la parte de visibilidad en buscadores.

Fase 3 — Monitorización continua (varias semanas, fuera de horario de clase): Registra la evolución de tus 3 KPIs a lo largo de varias semanas, detectando de forma expresa los momentos en que el resultado obtenido queda por debajo del umbral fijado.

Fase 4 — Informes periódicos comparativos (4h): Elabora informes periódicos comparando tus KPIs con un benchmark de referencia que te proporcionará el docente, señalando en qué te alejas y por qué crees que ocurre.

Fase 5 — Exportación de datos (2h): Exporta la evidencia documental de tus datos desde el panel nativo de la plataforma o directamente desde GA4, conservando esa exportación como prueba de la monitorización realizada.

Fase 6 — Análisis del customer journey (4h): Analiza el recorrido de tu clientela ficticia: perfil de quien compra, pedidos realizados, promociones utilizadas y carritos abandonados. Puedes incorporar como nota de contexto de actualidad cómo los resúmenes generados por IA en buscadores (AI Overviews) están empezando a modificar la forma de medir la visibilidad de marca en búsqueda, sin que ello sustituya tu instrumentación básica de GA4/GSC.

Fase 7 — Informe final de conclusiones (4h): Redacta un informe final que cierre el ejercicio, con las conclusiones extraídas de todo el proceso. Aplica en tu tienda al menos una acción de optimización derivada de esas conclusiones (por ejemplo, sobre una ficha de producto, el proceso de compra o una promoción), documentando su efecto sobre el KPI correspondiente, e incluye las acciones adicionales que propondrías para el siguiente trimestre.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de definición de KPIs (qué medir, umbral de éxito) para al menos 3 indicadores
- Evidencia de configuración de GA4 y Search Console
- Registro de monitorización continua con detección de resultados inadecuados
- Informes periódicos con comparación frente a benchmark
- Exportación de datos desde la plataforma o GA4

- Informe de análisis del customer journey
- Informe final de conclusiones con acciones de optimización aplicadas y propuestas

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Registro de monitorización continua con detección de resultados inadecuados	RA5-a
Ficha de definición de KPIs (qué medir, umbral de éxito)	RA5-b
Informe periódico de KPIs con comparación competitiva	RA5-c
Exportación de datos desde la plataforma o GA4	RA5-d
Informe de análisis del customer journey	RA5-e
Informe final de conclusiones con acciones de optimización aplicadas	RA5-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Cierra el módulo 5130 sobre la misma tienda que arrancó en UT1, cumpliendo la lógica de cadena continua que el documento “Organización Guía de ejercicios” exige entre las cinco UT del módulo.

MÓDULO 5131**3. Gestión del marketing relacional aplicado al comercio electrónico**

Ejercicios de ejemplo n.º 6 a 10 de 20

Código	5131
Módulo profesional	Gestión del marketing relacional aplicado al comercio electrónico
Duración	70 horas
Equivalencia en créditos ECTS	8 créditos
Docente de referencia	Organización y Gestión Comercial (Anexo III, RD 565/2024)
Competencias profesionales asociadas	d, e, f (Art. 5, RD 565/2024) — ver detalle por UT; más las transversales l, m, n, ñ, o, p, comunes a los 4 módulos

Cuadro general de unidades de trabajo

UT	TÍTULO	RA	HORAS
UT6	Captación de datos para el CRM	RA1	14h
UT7	Verificación y depuración de la base de datos	RA2	14h
UT8	Segmentación de la base de datos	RA3	14h
UT9	Dinamización y optimización de campañas	RA4	14h
UT10	Monitorización de KPIs del CRM	RA5	14h

COMPETENCIAS PROFESIONALES DESARROLLADAS EN ESTE MÓDULO (ART. 5, RD 565/2024)**ESPECÍFICAS DE ESTE MÓDULO**

- **d)** Segmentar la base de datos del sistema de gestión de la clientela y/o personas usuarias (CRM) a partir de datos de personas usuarias fiables y de perfiles previamente definidos, con el fin de identificar nuevas oportunidades comerciales, personalizar la atención y fidelizar, respetando la normativa de protección de datos de carácter personal vigente.
- **e)** Ejecutar acciones de dinamización y optimización de campañas de marketing relacional, con el fin de adecuarse a los cambios, alcanzar los objetivos establecidos en la estrategia comercial de la organización y garantizar un servicio de calidad.
- **f)** Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de las campañas de marketing relacional dirigidas a la clientela de comercio electrónico, aplicando las acciones de optimización necesarias para que los resultados de las actuaciones se ajusten a los objetivos previstos por la organización.

TRANSVERSALES (COMUNES A LOS 4 MÓDULOS)

- **l)** Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.
- **m)** Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.
- **n)** Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.
- **ñ)** Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- **o)** Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.
- **p)** Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

MÓDULO 5131 · EJERCICIO 6 DE 20

UT6. Captación de datos para el CRM

Unidad de trabajo	UT6 — Captación de datos para el CRM
Resultado de aprendizaje	RA1
Competencia profesional asociada	d) Art. 5, RD 565/2024
Duración	14h
Modalidad	Individual, sobre el caso ficticio de la propia tienda

Ficha de ejercicio: "Diseño el imán de leads de mi tienda"

Trasladas ahora tu caso ficticio del módulo 5130 al terreno del marketing relacional: ya no basta con tener la tienda funcionando, necesitas empezar a construir una base de datos propia de clientela potencial, respetando desde el primer formulario la normativa de protección de datos.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Construcción del buyer persona (2h): Define el perfil de tu clientela ideal sobre tu caso ficticio: información demográfica (edad, ubicación, poder adquisitivo aproximado), de consumo (qué compra, con qué frecuencia) y de comportamiento (por qué canal llega, qué le frena a comprar). Redacta esta información como una ficha de una página.

Fase 2 — Contenidos de atracción diferenciados (3h): A partir de ese buyer persona, propón dos contenidos de atracción distintos (por ejemplo, un email personalizado y una entrada de blog, o un ebook y un vídeo corto), pensados según la lógica de embudo TOFU-MOFU-BOFU, justificando en cada caso por qué elegiste ese canal para esa fase del embudo.

Fase 3 — Indexabilidad SEO del contenido (2h): Aplica un checklist de indexabilidad SEO a uno de los dos contenidos generados (palabra clave, título, metadescripción, estructura de encabezados), enlazando lo aprendido en el módulo 5130 sobre SEO on-page.

Fase 4 — Diseño técnico del formulario de captación (3h): Diseña y publica un formulario de captación funcional, con los campos y validaciones necesarios, integrado técnicamente con el CRM que hayas elegido (HubSpot CRM, con su plan gratuito permanente hasta 1.000 contactos, o Mailchimp, con su plan gratuito limitado a 250 contactos).

Fase 5 — Verificación del registro en el CRM (2h): Rellena tu propio formulario con un contacto de prueba y demuestra, con una captura del panel del CRM, que ese contacto queda correctamente registrado.

Fase 6 — Checklist normativo RGPD/LSSI (2h): Aplica un checklist de cumplimiento normativo a tu formulario: base legal del tratamiento, mecanismo de consentimiento expreso previo (salvo la excepción de 'clientes previos' que contempla el art. 21 LSSI) y mecanismo de baja disponible para quien se dio de alta.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de perfil de clientela ideal (buyer persona) sobre el caso ficticio
- 2 propuestas de contenido de atracción, diferenciadas por perfil/fase del embudo
- Checklist de indexabilidad SEO aplicado a uno de los contenidos
- Formulario de captación funcional, publicado
- Captura que demuestre el registro del contacto de prueba en el CRM
- Checklist RGPD/LSSI aplicado al formulario

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Ficha de perfil de clientela ideal sobre el caso ficticio	RA1-a
Propuesta de 2 contenidos de atracción diferenciados por perfil, con justificación de canal	RA1-b
Checklist de indexabilidad SEO aplicado a un contenido de atracción	RA1-c
Formulario de captación funcional (campos, validación)	RA1-d
Captura que demuestre el registro del contacto en el CRM	RA1-e
Checklist RGPD/LSSI aplicado al formulario (base legal, consentimiento, baja)	RA1-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Reutiliza el mismo caso ficticio y el mismo enlace curricular con el SEO del módulo 5130 que ya prevé el documento “Organización Guía de ejercicios”, apoyándose en HubSpot CRM o Mailchimp, herramientas de referencia que el mismo documento (Organización Guía de ejercicios) vincula al diseño técnico de formularios en esta UT. Los centros con mayor autonomía técnica o con convenio institucional pueden emplear las alternativas también recogidas en la “Organización Guía de ejercicios” para este módulo (Odoo Community o A3 Innuva).

MÓDULO 5131 · EJERCICIO 7 DE 20

UT7. Verificación y depuración de la base de datos

Unidad de trabajo	UT7 — Verificación y depuración de la base de datos
Resultado de aprendizaje	RA2
Competencia profesional asociada	d) Art. 5, RD 565/2024
Duración	14h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Depuro una base de datos con errores intencionados"

Una base de datos de clientela nunca se mantiene sola: acumula duplicados, contactos que ya no existen y personas que han pedido darse de baja. En este ejercicio practicas exactamente ese trabajo de mantenimiento, sobre una base de datos ficticia que el docente prepara con errores deliberados.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Depuración de una base con errores intencionados (3h): El docente te entrega una base de datos ficticia con duplicados, errores de sintaxis en direcciones de email y campos incompletos. Depúrala aplicando revisión de precisión, identificación de discrepancias y eliminación de redundancias.

Fase 2 — Análisis de rebotados (2h): A partir de un informe de campaña de email marketing simulada, identifica los emails rebotados (diferenciando hard bounce de soft bounce) y propone una acción concreta para cada tipo.

Fase 3 — Detección de registros sospechosos (2h): En un listado dado, detecta la inclusión de emails sospechosos que representen un riesgo de seguridad (dominios extraños, posibles spam traps).

Fase 4 — Gestión simulada de una baja (2h): Simula la gestión de la baja de un contacto que ha ejercido su derecho de oposición: revisa sus permisos, edítalos, elimínalo de la base y documenta su exclusión como objetivo de futuras acciones o campañas.

Fase 5 — Verificación de la base ya depurada (2h): Tras aplicar todos los filtros anteriores, demuestra que la base queda activa, depurada y unificada, lista para un trabajo cómodo y fluido con ella.

Fase 6 — Calendario de actualización periódica (3h): Propón y justifica un calendario de actualización periódica de la base (diario, semanal u otro), coherente con el volumen de contactos y el ritmo de campañas de tu caso ficticio.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Base de datos ficticia depurada, con registro del proceso seguido
- Informe de rebotados con propuesta de acción por tipo
- Listado de registros sospechosos detectados
- Registro de la gestión simulada de una baja
- Evidencia de la base final, activa y unificada
- Calendario de actualización periódica propuesto y justificado

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Ejercicio de depuración de una base ficticia con errores intencionados	RA2-a
Identificación de rebotados en un informe de campaña simulada y propuesta de acción	RA2-b
Detección de registros sospechosos en un listado dado	RA2-c
Simulación de gestión de una baja	RA2-d
Verificación de la base 'limpia' tras aplicar filtros	RA2-e

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Calendario de actualización periódica propuesto y justificado	RA2-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Los errores intencionados en la base ficticia son el elemento central de la actividad descrita en el documento “Organización Guía de ejercicios” para esta UT; no se sustituyen por datos reales de terceros, evitando cualquier problema de protección de datos en el aula.

MÓDULO 5131 · EJERCICIO 8 DE 20

UT8. Segmentación de la base de datos

Unidad de trabajo	UT8 — Segmentación de la base de datos
Resultado de aprendizaje	RA3
Competencia profesional asociada	d) Art. 5, RD 565/2024
Duración	14h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Segmento mi base y automatizo un funnel"

Con la base ya depurada en la UT anterior, toca sacarle partido: agrupar a tu clientela ficticia según criterios útiles para el negocio y automatizar, aunque sea de forma sencilla, una primera secuencia de comunicación dirigida a uno de esos grupos.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Comprensión de la estructura del CRM (2h): Explica de forma razonada cómo está organizada la base de datos de tu CRM (campos, propiedades, listas), identificando qué campos usarás para segmentar.

Fase 2 — Creación de 2-3 segmentos justificados (4h): Crea entre dos y tres segmentos sobre tu caso ficticio, afines a tu estrategia de marketing y ventas (por ejemplo, aplicando una lógica simplificada de segmentación por valor tipo RFM: Recencia, Frecuencia, Valor Monetario), justificando por qué cada segmento tiene sentido comercial.

Fase 3 — Agrupación en listas de públicos objetivo (2h): Agrupa los perfiles similares en listas de públicos objetivo, nuevas o preexistentes, almacenándolas correctamente en tu CRM.

Fase 4 — Diseño de un funnel automatizado simple (4h): Diseña un embudo (funnel) automatizado de marketing sencillo, de 2-3 emails, dirigido a uno de tus segmentos, usando las funciones nativas de automatización básica de tu CRM.

Fase 5 — Caso de compartición interdepartamental (2h): Plantea un caso en el que compartes tu base de datos de clientela con otro departamento (ventas, atención al cliente), justificando por escrito la finalidad de esa compartición y la base legal que la ampara.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Explicación razonada de la estructura del CRM utilizado
- 2-3 segmentos creados y justificados sobre el caso ficticio
- Evidencia de las listas de públicos objetivo generadas
- Funnel automatizado simple (2-3 emails) diseñado y configurado
- Caso de compartición interdepartamental con justificación de finalidad y base legal

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Explicación razonada de la estructura del CRM utilizado	RA3-a
Creación de 2-3 segmentos justificados sobre el caso ficticio	RA3-b
Agrupación en listas de públicos objetivo	RA3-c
Diseño de un funnel automatizado simple (2-3 emails)	RA3-d
Caso de compartición interdepartamental con justificación de finalidad y base legal	RA3-e

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El modelo RFM se introduce en el documento “Organización Guía de ejercicios” como 'referencia sencilla de segmentación por valor', no como técnica estadística avanzada, para mantener el ejercicio dentro del nivel exigible en esta UT de 14h.

MÓDULO 5131 · EJERCICIO 9 DE 20

UT9. Dinamización y optimización de campañas

Unidad de trabajo	UT9 — Dinamización y optimización de campañas
Resultado de aprendizaje	RA4
Competencia profesional asociada	e) Art. 5, RD 565/2024
Duración	14h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Lanzo una campaña y la optimizo con una segunda iteración"

Ya tienes segmentos y un funnel básico. Ahora te toca ejecutar una campaña real (simulada) de principio a fin: diseñarla, medirla y, sobre todo, aprender de sus resultados para lanzar una segunda versión mejor que la primera.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Diseño y envío simulado de la campaña (4h): Diseña, aplicando el modelo AIDA al copy, una campaña de email marketing dirigida a uno de tus segmentos, y 'envíala' (de forma simulada) generando tráfico hacia tu tienda, informando de productos o promociones relevantes.

Fase 2 — Medición de resultados (2h): Recopila los resultados simulados de la campaña (tasa de apertura, clics, conversiones) e identifica qué cambios introducirías a partir de esos datos.

Fase 3 — Propuesta de acción comercial (2h): A partir de los resultados anteriores, propón una acción comercial concreta: una promoción, un descuento u otra acción alineada con el impacto real que has observado.

Fase 4 — Reorganización de navegación/catálogo (2h): Optimiza la taxonomía de navegación y de productos de tu tienda a partir de los objetivos comerciales, el margen de tus productos o el comportamiento esperado de tu clientela.

Fase 5 — Ubicación de un mensaje comercial destacado (1h): Ubica un mensaje comercial de un producto destacado u ofertado en un espacio relevante de tu página principal, en función de la información recibida del 'área de negocio'.

Fase 6 — Segunda iteración optimizada mediante test A/B (3h): Diseña una segunda versión del mensaje de campaña, apoyándote en la lógica de test A/B como método de optimización basada en evidencia, y justifica qué cambiaste y por qué a partir de los resultados de la primera versión.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Campaña de email marketing diseñada y enviada (simulada)
- Informe de resultados con las métricas obtenidas
- Propuesta de acción comercial justificada a partir de esos resultados
- Evidencia de la reorganización de navegación/catálogo aplicada
- Captura de la ubicación del mensaje comercial destacado
- Segunda iteración del mensaje, optimizada mediante test A/B

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Campaña de email marketing diseñada y enviada (simulada)	RA4-a
Informe de resultados con métricas obtenidas	RA4-b
Propuesta de acción comercial justificada a partir de resultados	RA4-c
Reorganización de la navegación/catálogo según objetivos comerciales	RA4-d
Ubicación de un mensaje comercial destacado	RA4-e

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Segunda iteración del mensaje, optimizado a partir de analítica	RA4-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Los benchmarks de sector que puedan usarse como referencia se presentan, según indica expresamente el documento "Organización Guía de ejercicios", 'como orden de magnitud, no como cifra cerrada', ya que los valores varían entre fuentes.

MÓDULO 5131 · EJERCICIO 10 DE 20

UT10. Monitorización de KPIs del CRM

Unidad de trabajo	UT10 — Monitorización de KPIs del CRM
Resultado de aprendizaje	RA5
Competencia profesional asociada	f) Art. 5, RD 565/2024
Duración	14h
Modalidad	Individual, seguimiento longitudinal

Ficha de ejercicio: "Sigo mis KPIs de email marketing semana a semana"

Cierras el módulo 5131 con la misma lógica de cierre que el módulo 5130: convertir toda la actividad de las UT anteriores en datos que puedas leer, comparar y usar para decidir qué hacer a continuación con tu base de clientela.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Definición de KPIs propios (2h): Define al menos 3 KPIs estándar de email marketing/CRM (por ejemplo, tasa de apertura, CTR, tasa de conversión o de churn), fijando el umbral de éxito para cada uno.

Fase 2 — Monitorización continua (2h en aula para configurar el registro + seguimiento de varias semanas fuera de clase): Registra de forma permanente y activa los eventos de interacción de tu base de datos con herramientas de analítica y de reporte.

Fase 3 — Seguimiento periódico documentado (2h, distribuidas en sesiones semanales): Documenta semana a semana el valor de tus KPIs, comparándolos con los de la competencia cuando sea posible.

Fase 4 — Extracción de datos desde el CRM (2h): Extrae los datos necesarios directamente desde la interfaz de tu CRM o mediante una herramienta específica de analítica.

Fase 5 — Informe cruzado con benchmark e histórico (3h): Cruza tus datos con otra información disponible (tendencias, resultados, repercusión) y compáralos tanto con un benchmark de referencia como con el histórico que generaste en la campaña de UT9.

Fase 6 — Plan de acción final (3h): Aplica las conclusiones extraídas del análisis como un plan de acción que retroalimente y optimice tu propia base de datos, documentando qué acciones futuras tomarías sobre ella.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Ficha de definición de al menos 3 KPIs propios con umbral de éxito
- Registro de monitorización continua de eventos de interacción
- Seguimiento semanal documentado de los KPIs definidos
- Extracción de datos desde la interfaz del CRM
- Informe cruzando los datos con el benchmark y el histórico de UT9
- Plan de acción final como retroalimentación a la base de datos

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Registro/monitorización continua de eventos durante el ejercicio	RA5-a
Definición de al menos 3 KPIs propios con umbral de éxito	RA5-b
Seguimiento periódico documentado (semanal)	RA5-c
Extracción de datos desde la interfaz del CRM	RA5-d
Informe cruzando datos con benchmarks y el histórico de UT9	RA5-e
Plan de acción/conclusiones como retroalimentación a la base de datos	RA5-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Cierra el módulo 5131 reutilizando explícitamente el histórico generado en UT9, tal como exige el propio documento “Organización Guía de ejercicios”, evitando que esta última UT se evalúe de forma aislada del resto del módulo.

MÓDULO 5132**4. Logística del comercio electrónico***Ejercicios de ejemplo n.º 11 a 15 de 20*

Código	5132
Módulo profesional	Logística del comercio electrónico
Duración	110 horas
Equivalencia en créditos ECTS	14 créditos
Docente de referencia	Procesos Comerciales (Anexo III, RD 565/2024)
Competencias profesionales asociadas	g, h, i (Art. 5, RD 565/2024) — ver detalle por UT; más las transversales l, m, n, ñ, o, p, comunes a los 4 módulos

Cuadro general de unidades de trabajo

UT	TÍTULO	RA	HORAS
UT11	Coordinación de la cadena logística y dropshipping	RA1	24h
UT12	Presupuestos del servicio logístico	RA2	22h
UT13	Logística inversa y devoluciones	RA3	20h
UT14	Relación con proveedores y KPIs logísticos	RA4	24h
UT15	Análisis y control de incidencias	RA5	20h

COMPETENCIAS PROFESIONALES DESARROLLADAS EN ESTE MÓDULO (ART. 5, RD 565/2024)**ESPECÍFICAS DE ESTE MÓDULO**

- **g)** Coordinar las actividades de la cadena logística del comercio electrónico, realizando el seguimiento de mercancías, la gestión de devoluciones y el control de incidencias de acuerdo con los protocolos, nivel de servicio y de calidad establecidos por la empresa.
- **h)** Elaborar un presupuesto del servicio logístico de tiendas online, calculando los costes en función de las variables que intervienen en la ejecución del servicio de distribución y considerando sus posibles desviaciones.
- **i)** Gestionar la relación con las personas proveedoras de la cadena logística del comercio electrónico, utilizando los sistemas de información y comunicación adecuados.

TRANSVERSALES (COMUNES A LOS 4 MÓDULOS)

- **l)** Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.
- **m)** Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.
- **n)** Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.
- **ñ)** Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- **o)** Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.
- **p)** Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

MÓDULO 5132 · EJERCICIO 11 DE 20

UT11. Coordinación de la cadena logística y dropshipping

Unidad de trabajo	UT11 — Coordinación de la cadena logística y dropshipping
Resultado de aprendizaje	RA1
Competencia profesional asociada	g) Art. 5, RD 565/2024
Duración	24h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Sigo un pedido en dropshipping, incluido uno con aduana"

Entras en el módulo de logística abordando uno de los modelos más habituales en comercio electrónico de bajo volumen: el dropshipping, donde tu tienda vende pero un proveedor externo almacena y envía. Vas a seguir un pedido de principio a fin bajo este modelo, incluyendo el caso más complejo: un proveedor fuera de la Unión Europea.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Definición de actividades logísticas (3h): A partir de un pedido dado por el docente, define todas las actividades logísticas que deben producirse desde que se confirma la compra hasta que llega a la persona destinataria.

Fase 2 — Diseño del proceso logístico completo (4h): Diseña ese proceso especificando plazos, niveles de calidad exigidos y medidas para minimizar los costes de distribución.

Fase 3 — Sistema de gestión de operaciones simulado (4h): Simula, en una hoja de cálculo, un sistema de gestión de operaciones que recoja como mínimo los campos exigidos por el RD 565/2024: descripción del pedido, lotes/bultos/unidades de carga, puntos y fecha de origen/destino, centros de consolidación, puertos o puntos de tránsito, proveedores de transporte y facturación de las operaciones.

Fase 4 — Matriz de trazabilidad dropshipping (4h): Elabora una matriz de trazabilidad para un pedido en modalidad dropshipping con un proveedor verificado apto para caso ficticio educativo (BigBuy, Printful o Globomatik), reflejando tipo de mercancía, origen, lote, stock y destino.

Fase 5 — Seguimiento con escenario extracomunitario (6h): Simula el seguimiento continuo de un segundo pedido con un proveedor extracomunitario, incluyendo puntos de tránsito y el paso por aduana, verificando el cumplimiento del calendario y horarios previstos.

Fase 6 — Comparativa almacén propio vs. dropshipping (3h): Compara, en un informe breve, la gestión logística de un pedido con almacén propio frente a la gestión en dropshipping, señalando ventajas, riesgos y en qué casos recomendarías cada modelo para tu negocio ficticio.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Documento de definición de actividades logísticas a partir del pedido dado
- Diseño del proceso logístico con plazos, calidad y costes
- Hoja de cálculo del sistema de gestión de operaciones con los campos mínimos exigidos
- Matriz de trazabilidad de un pedido dropshipping
- Simulación de seguimiento con escenario de proveedor extracomunitario y aduana
- Informe comparativo almacén propio vs. dropshipping

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Definición de las actividades logísticas a partir de un pedido dado	RA1-a
Diseño de un proceso logístico con plazos, niveles de calidad y minimización de costes	RA1-b

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Caso de uso de un sistema/aplicación de gestión de operaciones (simulado en hoja de cálculo) con los campos mínimos exigidos	RA1-c
Matriz de trazabilidad para un pedido dropshipping	RA1-d
Simulación de seguimiento continuo con calendario/horarios, incluyendo escenario de proveedor extracomunitario con aduana	RA1-e
Comparación de gestión logística con almacén propio vs. dropshipping	(síntesis)

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Los proveedores de dropshipping propuestos (BigBuy, Printful, Globomatik) son los que el documento "Organización Guía de ejercicios" identifica expresamente como 'catálogo verificable en español/euros aptos para un caso ficticio educativo'. AliExpress y DHgate, que el mismo documento menciona por disponer de catálogo traducido, no se proponen como referencia principal por su origen asiático y sus plazos de envío más largos.

MÓDULO 5132 · EJERCICIO 12 DE 20

UT12. Presupuestos del servicio logístico

Unidad de trabajo	UT12 — Presupuestos del servicio logístico
Resultado de aprendizaje	RA2
Competencia profesional asociada	h) Art. 5, RD 565/2024
Duración	22h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Cálculo y contraste el presupuesto logístico de un pedido"

Todo proceso logístico tiene un coste que hay que poder anticipar y, después, contrastar con la realidad. En este ejercicio construyes el presupuesto logístico de un pedido de tu tienda ficticia, desde el cálculo teórico y su contraste con una tarifa real de mercado hasta el control de las desviaciones y la propuesta de medidas correctoras y de mejora.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Cálculo del coste estimado total (5h): Calcula el coste estimado de gestionar logísticamente un pedido de tu tienda ficticia, considerando todas las partidas mínimas exigidas: almacenaje y stock, operaciones auxiliares de conservación y mantenimiento, transporte/recogida/entrega, manipulación de la mercancía, devoluciones y gestión de documentación e información.

Fase 2 — Presupuesto formal con escandallo (7h): Traslada ese cálculo a un presupuesto formal en hoja de cálculo, con un escandallo de costes detallado por operación o por cliente, y contrástalo con una tarifa real de mercado (la calculadora pública de tarifas nacionales de SEUR, o el comparador de mensajerías Packlink). Transmite el presupuesto resultante, en el plazo fijado, al departamento encargado de la elaboración de la oferta (rol asumido por el docente).

Fase 3 — Control de costes y desviaciones (4h): Elabora el presupuesto logístico completo de un pedido ficticio y compáralo con el coste real que finalmente se produce (datos facilitados por el docente), documentando las desviaciones que aparezcan sobre el presupuesto inicial.

Fase 4 — Análisis de causas y medidas correctoras (3h): Identifica e interpreta las causas de cada desviación relevante (variación de tarifas, incidencias de entrega, devoluciones no previstas u otras) y determina las medidas correctoras que permitirían ajustar los costes a lo previsto.

Fase 5 — Transmisión de propuestas de mejora (3h): Redacta una comunicación profesional (correo o informe breve) dirigida al superior jerárquico simulado, trasladando en tiempo y forma las propuestas de mejora de la eficiencia de la cadena logística derivadas del análisis anterior.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Cálculo del coste estimado total con las partidas mínimas exigidas
- Presupuesto formal en hoja de cálculo con escandallo, contrastado con tarifa real
- Registro de la transmisión del presupuesto al departamento encargado de la oferta
- Presupuesto logístico completo de un pedido ficticio con desviaciones documentadas
- Informe de análisis de causas de las desviaciones con medidas correctoras
- Comunicación de propuestas de mejora dirigida al superior jerárquico

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Cálculo del coste estimado total con las partidas mínimas exigidas, sobre un caso ficticio	RA2-a
Presupuesto formal en hoja de cálculo con escandallo detallado por operación/cliente, contrastado con una tarifa real (SEUR/Packlink)	RA2-b

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Transmisión del presupuesto, en tiempo y forma, al departamento encargado de la elaboración de la oferta	RA2-c
Presupuesto logístico completo de un pedido ficticio, con desviaciones sobre el presupuesto inicial	RA2-d
Análisis de las causas de las desviaciones y determinación de medidas correctoras	RA2-e
Propuestas de mejora de la eficiencia de la cadena logística transmitidas al superior jerárquico	RA2-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El contraste con tarifa real se apoya exclusivamente en las dos fuentes que el documento “Organización Guía de ejercicios” confirma como disponibles para el aula (calculadora pública de SEUR y comparador Packlink), ya que no se ha podido confirmar una calculadora pública equivalente de MRW ni de Correos Express. El documento “Organización Guía de ejercicios” vincula de forma expresa los criterios RA2-a y RA2-b; para garantizar la cobertura íntegra del RA2 del Anexo I, el ejercicio asigna al presupuesto con desviaciones —evidencia ya prevista en el documento “Organización Guía de ejercicios”— el criterio RA2-d, y desarrolla los criterios RA2-c, RA2-e y RA2-f a partir de la misma actividad y del marco conceptual aprobado para la UT (análisis de desviaciones presupuestarias como práctica de control de gestión), sin incorporar contenidos ni herramientas nuevos.

MÓDULO 5132 · EJERCICIO 13 DE 20

UT13. Logística inversa y devoluciones

Unidad de trabajo	UT13 — Logística inversa y devoluciones
Resultado de aprendizaje	RA3
Competencia profesional asociada	g) Art. 5, RD 565/2024
Duración	20h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Diseño la política de devoluciones y un circuito de reutilización de embalaje"

No todo lo que se vende se queda vendido: las devoluciones son parte estructural del comercio electrónico, y desde el 19 de junio de 2026 la normativa exige incorporar un 'botón de desistimiento' digital. Este ejercicio te lleva a diseñar tu política de devoluciones conforme a esa novedad y a pensar en el destino de los embalajes retornados.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Clasificación de un producto devuelto (3h): Clasifica un producto devuelto ficticio en una de las cuatro categorías de tratamiento posibles: reparación, reciclado, eliminación o reutilización en mercado secundario, justificando tu elección.

Fase 2 — Diseño de la política de devoluciones (4h): Diseña una política de devoluciones para tu tienda que sea coherente con el 'botón de desistimiento' (obligatorio desde el 19/06/2026, derivado de la Directiva UE 2023/2673): qué ocurre si el comercio no lo implementa, cómo se amplía el plazo de desistimiento y cómo se comunica al cliente.

Fase 3 — Prevención de obsolescencia y contaminación (3h): Realiza un ejercicio de prevención de obsolescencia o contaminación según el tipo de producto devuelto, proponiendo medidas concretas de conservación hasta su tratamiento final.

Fase 4 — Ruta combinada recogida-entrega (4h): Diseña una ruta combinada que integre la recogida de envases retornables con nuevas entregas, optimizando el trayecto.

Fase 5 — Gestión documental de unidades de carga (3h): Gestiona documentalmente las unidades de carga implicadas (contenedores, palés, cajas) en el proceso de logística inversa.

Fase 6 — Circuito de reutilización de embalaje (3h): Propón un circuito de reutilización de embalaje en colaboración con otro operador, justificando el cumplimiento del marco normativo de responsabilidad ampliada del productor (RD 1055/2022, que el Reglamento UE 2025/40 sustituirá a nivel europeo).

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Clasificación justificada de un producto devuelto en las 4 categorías de tratamiento
- Documento de política de devoluciones acorde al botón de desistimiento
- Ejercicio de prevención de obsolescencia/contaminación
- Diseño de ruta combinada recogida-entrega con envases retornables
- Gestión documental de las unidades de carga implicadas
- Propuesta de circuito de reutilización de embalaje con otro operador

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Clasificación de un producto devuelto en las 4 categorías de tratamiento	RA3-a
Diseño de política de devoluciones acorde al 'botón de desistimiento'	RA3-b

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Ejercicio de prevención de obsolescencia/contaminación según tipo de producto	RA3-c
Ejercicio de ruta combinada recogida-entrega con envases retornables	RA3-d
Gestión documental de unidades de carga	RA3-e
Propuesta de circuito de reutilización de embalaje con otro operador, justificando cumplimiento normativo	RA3-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

La fecha del 19/06/2026 para el botón de desistimiento y la referencia al RD 1055/2022 (con el futuro Reglamento UE 2025/40 aún sin fecha de aplicabilidad plena confirmada) proceden literalmente de la sección de novedades normativas 2026 del documento “Organización Guía de ejercicios”.

MÓDULO 5132 · EJERCICIO 14 DE 20

UT14. Relación con proveedores y KPIs logísticos

Unidad de trabajo	UT14 — Relación con proveedores y KPIs logísticos
Resultado de aprendizaje	RA4
Competencia profesional asociada	i) Art. 5, RD 565/2024
Duración	24h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Calculo OTIF y lead time de mi cadena de suministro"

Gestionar proveedores no es solo comunicarse con ellos: es también medir, con indicadores estándar del sector, si esa relación está funcionando bien. Este ejercicio te lleva a calcular los dos KPIs logísticos de referencia y a convertir esos números en un informe con conclusiones útiles.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Registro y validación de seguimiento (4h): Registra y valida, en un sistema simulado de registro/validación, la información de seguimiento recibida de un proveedor ficticio.

Fase 2 — Comunicación de incidencia con protocolo de escalado (4h): Simula la comunicación de una incidencia a ese proveedor, aplicando un protocolo de escalado que determine cuándo y a quién se traslada el problema.

Fase 3 — Identificación de incidencias recurrentes (4h): Sobre un conjunto de datos ficticio con varias incidencias registradas, identifica cuáles son recurrentes o previsibles, como antesala del análisis de causa raíz que trabajarás en la UT15.

Fase 4 — Cálculo de KPI logísticos (8h): Calcula, con las fórmulas documentadas del sector, el indicador OTIF (On Time In Full, entregas a tiempo y completas), la tasa de incidencias y el lead time, sobre el conjunto de datos ficticio proporcionado.

Fase 5 — Informe de conclusiones y mejoras (4h): Redacta un informe de conclusiones a partir de la interpretación de esos tres indicadores, proponiendo mejoras y acciones correctoras concretas.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Registro/validación de información de seguimiento en sistema simulado
- Simulación de comunicación de incidencia con protocolo de escalado
- Identificación documentada de incidencias recurrentes
- Cálculo de OTIF, tasa de incidencias y lead time con fórmulas documentadas
- Informe de conclusiones y mejoras a partir de esos KPI

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Registro/validación de información de seguimiento en un sistema simulado	RA4-a
Simulación de comunicación de incidencia a proveedor con protocolo de escalado	RA4-b
Identificación de incidencias recurrentes en un conjunto de datos ficticio	RA4-c
Cálculo de OTIF, tasa de incidencias y lead time con fórmulas documentadas	RA4-d
Informe de conclusiones y mejoras a partir de la interpretación de esos KPI	RA4-e

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

OTIF y lead time son, según el documento “Organización Guía de ejercicios”, 'el estándar de sector para medir la eficiencia de la cadena'; no se introducen indicadores adicionales para mantener el ejercicio dentro de lo ya validado.

MÓDULO 5132 · EJERCICIO 15 DE 20

UT15. Análisis y control de incidencias

Unidad de trabajo	UT15 — Análisis y control de incidencias
Resultado de aprendizaje	RA5
Competencia profesional asociada	g) Art. 5, RD 565/2024
Duración	20h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Resuelvo una incidencia logística con Root Cause Analysis"

Cierras el módulo de logística con la competencia más transversal de todas: resolver una incidencia real cuando ya se ha producido, determinar de quién es la responsabilidad y aprender de ella para que no vuelva a pasar.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Resolución con plazo objetivo (4h): Resuelve una incidencia logística dada por el docente dentro de un plazo objetivo que fijes tú mismo, priorizando las gestiones necesarias.

Fase 2 — Determinación documental de responsabilidad (4h): Determina, a partir de documentos de transporte simulados (albarán, carta de porte/CMR, actas de entrega), a quién corresponde la responsabilidad del imprevisto.

Fase 3 — Resolución consensuada por escrito (4h): Redacta un informe de resolución consensuada entre los 'operadores' implicados (simulados por compañeros o por el docente), aplicando la metodología de análisis de causa raíz (Root Cause Analysis, RCA) para identificar el origen real del problema, no solo su síntoma.

Fase 4 — Plan de acción alternativo (4h): Diseña un plan de acción alternativo para resolver este tipo de imprevisto en el futuro, evaluando qué recursos humanos y materiales necesitarías.

Fase 5 — Simulación de protocolo de emergencia (4h): Simula la aplicación de un protocolo de emergencia o desabastecimiento acordado previamente con la clientela, comunicando la situación con transparencia.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Registro de la resolución de la incidencia dentro del plazo objetivo
- Documento de determinación de responsabilidad a partir de documentos de transporte
- Informe de resolución consensuada aplicando RCA
- Plan de acción alternativo con recursos estimados
- Simulación documentada del protocolo de emergencia/desabastecimiento

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Resolución de una incidencia con plazo objetivo	RA5-a
Determinación documental de responsabilidad a partir de documentos de transporte simulados	RA5-b
Informe de resolución consensuada por escrito entre operadores, aplicando RCA	RA5-c
Diseño de un plan de acción alternativo con recursos estimados	RA5-d
Simulación de protocolo de emergencia/desabastecimiento acordado con clientela	RA5-e

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El uso de RCA como metodología está explícitamente previsto en el marco conceptual de esta UT en el documento “Organización Guía de ejercicios”, enlazando directamente con la detección de incidencias recurrentes ya trabajadas en UT14.

MÓDULO 5133**5. Atención al cliente, consumidor y/o usuario de comercio electrónico***Ejercicios de ejemplo n.º 16 a 20 de 20*

Código	5133
Módulo profesional	Atención al cliente, consumidor y/o usuario de comercio electrónico
Duración	60 horas
Equivalencia en créditos ECTS	7 créditos
Docente de referencia	Procesos Comerciales (Anexo III, RD 565/2024)
Competencias profesionales asociadas	j, k (Art. 5, RD 565/2024) — ver detalle por UT; más las transversales l, m, n, ñ, o, p, comunes a los 4 módulos

Cuadro general de unidades de trabajo

UT	TÍTULO	RA	HORAS
UT16	Identificación de consultas, quejas y reclamaciones (incl. redes sociales)	RA1	12h
UT17	Información y orientación a la persona consumidora	RA2	12h
UT18	Derivación de quejas y reclamaciones	RA3	12h
UT19	Control del proceso de reclamación	RA4	12h
UT20	Mejora continua a partir de la voz de la clientela	RA5	12h

COMPETENCIAS PROFESIONALES DESARROLLADAS EN ESTE MÓDULO (ART. 5, RD 565/2024)**ESPECÍFICAS DE ESTE MÓDULO**

- **j)** Identificar adecuadamente la consulta, queja o reclamación de la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico, deduciendo líneas de actuación, informando y orientando, siguiendo protocolos corporativos establecidos, y aplicando la normativa vigente.
- **k)** Derivar quejas y reclamaciones de comercio electrónico hacia los departamentos de empresa y/o organismos externos competentes para gestionarlos, promoviendo la resolución del conflicto, controlando el proceso documental, y detectando anomalías o retrasos en el procedimiento.

TRANSVERSALES (COMUNES A LOS 4 MÓDULOS)

- **l)** Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.
- **m)** Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.
- **n)** Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.
- **ñ)** Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- **o)** Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.
- **p)** Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

MÓDULO 5133 · EJERCICIO 16 DE 20

UT16. Identificación de consultas, quejas y reclamaciones (incl. redes sociales)

Unidad de trabajo	UT16 — Identificación de consultas, quejas y reclamaciones (incl. redes sociales)
Resultado de aprendizaje	RA1
Competencia profesional asociada	j) Art. 5, RD 565/2024
Duración	12h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Clasifico 15-20 mensajes de distintos canales, incluidas redes sociales"

Cierras el círculo de tu proyecto: ya vendes (5130), ya capturas y fidelizas clientela (5131), ya gestionas su logística (5132); ahora te toca atender lo que esa clientela te escribe, sea una simple consulta, una queja o algo intermedio, y por el canal por el que decida contactarte, incluidas las redes sociales.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Apertura correcta de la conversación (2h): Simula, por teléfono o de forma telemática, la apertura de una conversación con un cliente ficticio, identificando correctamente tanto al interlocutor como a la empresa que representas.

Fase 2 — Actitud correcta durante la atención (1h): Documenta, sobre esa misma simulación, un registro que demuestre una actitud correcta: tono amable y muestras reales de interés por la petición del interlocutor.

Fase 3 — Clasificación de mensajes multicanal (5h): Clasifica un conjunto de 15 a 20 mensajes simulados procedentes de distintos canales (email, chat web, teléfono y redes sociales, usando Meta Business Suite para gestionar mensajes y comentarios de Facebook e Instagram), atendiendo cada uno con la diligencia y por el canal que le corresponde. Para la clasificación y el triaje puedes utilizar un helpdesk freemium (Freshdesk, HubSpot Service Hub o Zoho Desk), teniendo en cuenta los límites de cada plan gratuito y el papel creciente de la IA en la sugerencia automática de respuestas.

Fase 4 — Ordenamiento cronológico de un caso (2h): Sobre un caso dado, ordena cronológicamente los hechos y determina las partes intervinientes, obteniendo una idea general clara del objeto de la consulta, queja o reclamación.

Fase 5 — Análisis de un hilo de comentarios en redes sociales (1h): Analiza un hilo de comentarios ficticios en redes sociales, identificando lagunas de información, elementos subjetivos y cuál es, en realidad, el objetivo de fondo de la persona consumidora.

Fase 6 — Deducción de la línea de actuación (1h): Para cada caso trabajado, deduce de forma justificada si la respuesta puede ser inmediata, debe aplazarse, o requiere iniciar una reclamación formal.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Registro de la simulación de apertura de conversación con identificación correcta
- Evidencia de actitud correcta documentada
- Clasificación de 15-20 mensajes multicanal, atendidos por el canal correspondiente
- Ordenamiento cronológico de un caso con partes intervinientes
- Análisis del hilo de comentarios ficticio en redes sociales
- Deducción justificada del tipo de respuesta para cada caso

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Identificación correcta del interlocutor y la empresa al iniciar la conversación (simulación telefónica/telemática)	RA1-a
Registro de la interacción demostrando actitud correcta (tono amable, interés por la petición)	RA1-b
Clasificación de 15-20 mensajes simulados (email, chat, redes sociales), atendidos con diligencia por el canal correspondiente	RA1-c
Ordenamiento cronológico de los hechos e identificación de las partes intervinientes en un caso dado	RA1-d
Análisis de un hilo de comentarios ficticio en redes sociales, identificando lagunas, elementos subjetivos y el objetivo real de la persona consumidora	RA1-e
Deducción justificada de si la respuesta es inmediata, aplazada o requiere denuncia/reclamación	RA1-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El volumen de 15-20 mensajes, el uso de Meta Business Suite para redes sociales y el helpdesk freemium para la clasificación y el triaje son exactamente los que fija el documento "Organización Guía de ejercicios" para esta UT, incluida su nota docente sobre los límites de los planes gratuitos y el papel creciente de la IA en la sugerencia automática de respuestas.

MÓDULO 5133 · EJERCICIO 17 DE 20

UT17. Información y orientación a la persona consumidora

Unidad de trabajo	UT17 — Información y orientación a la persona consumidora
Resultado de aprendizaje	RA2
Competencia profesional asociada	j) Art. 5, RD 565/2024
Duración	12h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Oriento a un consumidor en un caso complejo (OMIC vs. JAC)"

No toda consulta se resuelve en el momento: a veces lo más profesional es saber decir 'necesito verificar esto antes de responderte' y orientar bien a la persona sobre sus derechos y las vías disponibles, distinguiendo con precisión entre mediación y arbitraje vinculante.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Aplicación del criterio de prudencia (2h): Ante una consulta ficticia compleja, practica posponer la respuesta con una actitud correcta, explicando a la persona consumidora que necesitas verificar información antes de darle una solución definitiva.

Fase 2 — Orientación documental (2h): Orienta a la persona consumidora para que exprese con claridad su problema en la documentación de consumo correspondiente (formulario de desistimiento, hoja de reclamaciones).

Fase 3 — Mecanismos de mediación/arbitraje (3h): Especifica, para el caso trabajado, la diferencia entre la mediación no vinculante de la OMIC municipal y el arbitraje vinculante de la Junta Arbitral de Consumo (JAC, regulada por el RD 713/2024), señalando los documentos necesarios para tramitar cada vía (factura, contrato, presupuesto, resguardos).

Fase 4 — Identificación de fuente fiable (2h): Identifica la fuente de información más fiable para resolver la consulta (incluyendo, si aplica, el papel actual del Centro Europeo del Consumidor España, ya que la antigua plataforma europea ODR dejó de operar en julio de 2025) y obtén los datos necesarios.

Fase 5 — Redacción de la respuesta (2h): Redacta una respuesta orientativa a la consulta, describiendo con claridad y de forma ordenada las posibles situaciones y vías de actuación disponibles, citando el organismo competente correcto según el caso (OMIC o JAC).

Fase 6 — Transmisión en tiempo y forma (1h): Transmite la solución a la persona consumidora por el canal adecuado (cita, correo postal, teléfono o medios electrónicos), en el plazo que corresponda.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Registro del caso complejo resuelto aplicando criterio de prudencia
- Orientación documental redactada para la persona consumidora
- Documento de especificación de mecanismos de mediación/arbitraje aplicables
- Identificación de la fuente de información fiable utilizada
- Respuesta orientativa redactada, citando el organismo competente
- Registro de la transmisión de la solución en plazo

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Caso de consulta compleja resuelto con criterio de prudencia (respuesta pospuesta hasta verificar información)	RA2-a
Orientación redactada para que la persona consumidora exprese su problema en la documentación de consumo correspondiente	RA2-b

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Especificación de mecanismos de mediación/arbitraje y documentos necesarios para un caso dado	RA2-c
Identificación de la fuente de información fiable y obtención de los datos necesarios ante la consulta planteada	RA2-d
Redacción de una respuesta orientativa a una consulta ficticia, citando el organismo competente correcto (OMIC vs. JAC)	RA2-e
Transmisión de la solución en el formato y plazo adecuados (correo, cita, medios electrónicos)	RA2-f

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

La sustitución de la plataforma ODR (cerrada desde julio de 2025) por el modelo descentralizado actual y el Centro Europeo del Consumidor España es una corrección explícita que el propio documento “Organización Guía de ejercicios” introduce, y este ejercicio la incorpora directamente.

MÓDULO 5133 · EJERCICIO 18 DE 20

UT18. Derivación de quejas y reclamaciones

Unidad de trabajo	UT18 — Derivación de quejas y reclamaciones
Resultado de aprendizaje	RA3
Competencia profesional asociada	k) Art. 5, RD 565/2024
Duración	12h
Modalidad	Grupal para la fase de priorización, individual para el resto

Ficha de ejercicio: "Derivo 2-3 casos ficticios al organismo competente"

Cuando una queja no se resuelve en el primer contacto, hay que saber a quién trasladarla y con qué prioridad, dentro de una cadena de plazos muy concreta que marca la ley: un mes para que responda la empresa, y hasta 90 días para la OMIC o 90+90 para la JAC.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Determinación de prioridades en equipo (2h): Junto con el resto del equipo (rol asumido por compañeros o el docente), determina las prioridades de 2-3 casos ficticios de reclamación, en función de su complejidad y siguiendo el plan de actuación establecido.

Fase 2 — Identificación de departamentos/organismos competentes (3h): Para cada uno de esos casos, identifica correctamente qué departamento de la empresa, o qué organismo externo, tiene competencia para resolverlo.

Fase 3 — Presentación formal de las reclamaciones (3h): Presenta cada reclamación en tiempo, forma y contenido, siguiendo el procedimiento administrativo establecido, documentando los plazos aplicables (1 mes de respuesta de la empresa, 90 días para la OMIC, 90+90 días para la JAC, 1 año como límite para presentar ante la JAC).

Fase 4 — Verificación de recepción (2h): Verifica que la reclamación ha sido correctamente recibida, mediante un acuse de recibo y un número de expediente.

Fase 5 — Información a la persona reclamante (2h): Informa a la persona reclamante sobre las fases de tramitación que seguirá su reclamación a partir de ese momento.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Documento de determinación de prioridades de 2-3 casos, elaborado en equipo
- Identificación de departamentos/organismos competentes para cada caso
- Reclamaciones presentadas en tiempo, forma y contenido, con plazos documentados
- Evidencia de acuse de recibo y número de expediente por cada caso
- Registro de la información transmitida a la persona reclamante

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Determinación de prioridades de 2-3 casos ficticios de forma conjunta con el equipo	RA3-a
Identificación correcta de los departamentos/organismos competentes para cada caso	RA3-b
Presentación de las reclamaciones en tiempo, forma y contenido, con plazos documentados	RA3-c
Verificación de recepción correcta mediante acuse de recibo y número de expediente	RA3-d
Información sobre las fases de tramitación transmitida a la persona reclamante	RA3-e

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

La cadena de plazos (1 mes / 90 días OMIC / 90+90 días JAC / 1 año límite) es la que el propio documento “Organización Guía de ejercicios” detalla en el marco conceptual de esta UT, y se mantiene sin modificación alguna en el ejercicio.

MÓDULO 5133 · EJERCICIO 19 DE 20

UT19. Control del proceso de reclamación

Unidad de trabajo	UT19 — Control del proceso de reclamación
Resultado de aprendizaje	RA4
Competencia profesional asociada	k) Art. 5, RD 565/2024
Duración	12h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Sigo una reclamación con un retraso detectado"

Presentar una reclamación no es el final del trabajo: hay que vigilar que avance dentro de los plazos legales y, si algo se retrasa, saber detectarlo y escalarlo a tiempo, antes de que sea la persona reclamante quien tenga que quejarse de la propia gestión.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Seguimiento documentado del expediente (3h): Sigue documentalmente una reclamación ficticia, determinando en qué fase concreta de su tramitación se encuentra en cada momento.

Fase 2 — Verificación de plazos contra hitos (3h): Verifica que las respuestas recibidas llegan en el plazo establecido, comparando contra los hitos de referencia (día 0, día 30, día 90, día 365).

Fase 3 — Información continuada a la persona reclamante (2h): Informa a la persona reclamante de cada actuación realizada y de su resultado, manteniendo la comunicación activa durante todo el proceso.

Fase 4 — Organización del expediente (2h): Organiza y procesa toda la información recogida sobre el expediente, de forma que quede accesible y ordenada.

Fase 5 — Detección y escalado de una incidencia (2h): Detecta un retraso concreto en el proceso, identifica una solución posible y escálala al área corporativa responsable, dejando constancia por escrito de esa comunicación.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Registro del seguimiento documentado con la fase identificada
- Verificación de plazos comparada contra los hitos de referencia
- Registro de la información transmitida a la persona reclamante en cada actuación
- Expediente organizado y procesado
- Documento de detección y escalado de la incidencia (retraso) al área corporativa

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Seguimiento documentado de la reclamación tramitada, obteniendo la fase en que se encuentra	RA4-a
Verificación de que las respuestas llegan en el plazo establecido (comparación con los hitos día 0/30/90/365)	RA4-b
Información/orientación a la persona reclamante de cada actuación y resultado obtenido	RA4-c
Organización y procesamiento de la información recogida del expediente	RA4-d
Detección de la incidencia (retraso), identificando la solución y escalándola al área corporativa responsable	RA4-e

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

Los cuatro hitos de control (día 0/30/90/365) provienen directamente del marco conceptual de esta UT en el documento “Organización Guía de ejercicios” y son los mismos plazos legales ya trabajados, desde otro ángulo, en la UT18 anterior.

MÓDULO 5133 · EJERCICIO 20 DE 20

UT20. Mejora continua a partir de la voz de la clientela

Unidad de trabajo	UT20 — Mejora continua a partir de la voz de la clientela
Resultado de aprendizaje	RA5
Competencia profesional asociada	j) Art. 5, RD 565/2024
Duración	12h
Modalidad	Individual

Ficha de ejercicio: "Escucho la voz de mi clientela y detecto señales de fraude"

Cierras todo el curso con la competencia más orientada al futuro: escuchar lo que dice tu clientela para mejorar, y saber reconocer, con criterio profesional, cuándo una tienda online (la tuya o cualquier otra) presenta señales de fraude.

ENUNCIADO Y DESARROLLO

Fase 1 — Identificación de usuarios dispuestos a opinar (2h): Identifica, sobre tu tienda ficticia, qué personas usuarias estarían dispuestas a proporcionar información de calidad sobre su experiencia de compra.

Fase 2 — Revisión de opiniones en canales propios y ajenos (2h): Revisa opiniones de producto o servicio, tanto en tus propios canales como en canales ajenos (redes sociales, foros, marketplaces), extrayendo de ellas aspectos de mejora concretos y accionables.

Fase 3 — Análisis del buscador interno (2h): Analiza las búsquedas internas de tu tienda que no obtuvieron resultados satisfactorios, usando el buscador interno de la plataforma como fuente de mejora continua.

Fase 4 — Revisión de conversaciones de chat (2h): Revisa conversaciones de chat simuladas con clientela, identificando frases literales que podrían incorporarse a un futuro argumentario de venta.

Fase 5 — Análisis de quejas y sugerencias en redes sociales (2h): Analiza un conjunto de quejas y sugerencias ficticias publicadas en redes sociales sobre tu tienda, identificando y caracterizando cada problema con las frases literales y los términos empleados por las personas usuarias, y agrupándolas por tipología para su traslado al área responsable.

Fase 6 — Auditoría de fraude con el checklist INCIBE (2h): Audita entre 5 y 6 capturas de tiendas online (reales o simuladas) aplicando el checklist oficial de INCIBE: precios anormalmente bajos, información legal deficiente, aspecto visual problemático, ausencia de HTTPS, medios de pago sin garantías y ausencia de reputación verificable, elaborando una rúbrica de aciertos y falsos positivos sobre tu propio análisis.

ENTREGABLES DEL ALUMNADO

- Identificación de usuarios ficticios dispuestos a proporcionar información de calidad
- Informe de revisión de opiniones con aspectos de mejora identificados
- Análisis de búsquedas internas no satisfechas
- Revisión de conversaciones de chat con frases identificadas
- Análisis de quejas y sugerencias en redes sociales, con los problemas caracterizados mediante frases literales
- Auditoría de 5-6 capturas de tiendas online con checklist INCIBE y rúbrica de aciertos/falsos positivos

SISTEMA DE EVALUACIÓN (EVIDENCIA → CRITERIO, RD 565/2024)

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Identificación de personas usuarias ficticias dispuestas a proporcionar información de calidad	RA5-a

EVIDENCIA	CRITERIO DE EVALUACIÓN
Revisión de opiniones de producto/servicio en canales propios y ajenos (redes sociales, foros, marketplaces), con aspectos de mejora identificados	RA5-b
Análisis de búsquedas internas no satisfechas mediante el buscador interno de la tienda	RA5-c
Revisión de conversaciones simuladas de chat, identificando frases literales susceptibles de incorporarse a argumentarios de venta	RA5-d
Análisis de quejas y sugerencias en redes sociales, identificando y caracterizando el problema con las frases literales de las personas usuarias	RA5-e
Ejercicio práctico de auditoría de 5-6 capturas de tiendas online aplicando el checklist INCIBE, con rúbrica de aciertos/falsos positivos	(complementaria)

Escala de valoración: no logrado / en proceso / logrado.

NOTA DE DISEÑO

El checklist de detección de fraude reproduce literalmente los seis criterios oficiales de INCIBE recogidos en el documento “Organización Guía de ejercicios”, sin añadir ni quitar ningún punto de verificación respecto a la fuente oficial. El criterio RA5-e del Anexo I («analiza el contenido de quejas y sugerencias en redes sociales, identificando y caracterizando el problema con las frases literales y términos empleados por las personas usuarias y/o clientela») se vincula a la Fase 5, que desarrolla el análisis de opiniones en canales propios y ajenos, incluidas las redes sociales, previsto en el marco conceptual y en la actividad de esta UT en el documento “Organización Guía de ejercicios”. La auditoría con el checklist de INCIBE, también prevista en el documento “Organización Guía de ejercicios”, se mantiene íntegra como evidencia complementaria del mismo resultado de aprendizaje.

6. Fuentes

- “Organización Guía de ejercicios”, aprobado por el grupo de trabajo docente.
- Real Decreto 565/2024, de 18 de junio, BOE-A-2024-12502 (Anexo I: Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de los módulos 5130 a 5133).