



ROBERTO RUIZ ORTIZ

Ecommerce · Marketing Digital · CRO & Customer Experience

Perfil de Marketing Digital, actualmente finalizando el Grado en Marketing y Comunicación, con experiencia práctica en creación de contenidos, análisis de mercado, ecommerce y experiencia de cliente. Fundador de Cart Scope, proyecto propio donde aplico análisis UX/CRO y estrategia de conversión a casos reales. Perfil analítico y creativo, orientado a transformar información y necesidades del usuario en acciones de marketing concretas.

FORMACIÓN ACADÉMICA

Grado en Marketing y Comunicación

Universidad Pontificia de Salamanca | Sep 2022 - Actualidad

Bachillerato de Ciencias Sociales

IES Fernando de Rojas | Sep 2020 - Jun 2022

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Fundador | Proyecto de diagnóstico ecommerce

Cart Scope | 2026 - Actualidad

- Análisis integral de ecommerce desde la perspectiva del usuario, evaluando navegación, producto, confianza, carrito y checkout para detectar fricciones y oportunidades de mejora en la conversión.
- Desarrollo de auditorías UX/CRO basadas en evidencias, documentando hallazgos mediante capturas y convirtiéndolos en recomendaciones concretas, accionables y priorizadas según impacto.
- Creación y evolución de una metodología propia de diagnóstico ecommerce, aplicada en tiendas reales y estructurada para transformar el análisis en planes de mejora.
- Prospección y contacto directo con marcas ecommerce para presentar el servicio, validar la propuesta de valor y obtener feedback de mercado.

Encargado de sala

Abadía | Octubre 2025 - Actualidad

- Coordinación operativa de sala y organización del equipo durante turnos de alta actividad.
- Atención directa al cliente y resolución de incidencias en tiempo real.
- Gestión de prioridades y toma de decisiones bajo presión.
- Supervisión de la experiencia del cliente durante el servicio.

PROYECTOS

Cart Scope 2026

Proyecto propio creado para convertir el análisis de una tienda online en un proceso estructurado de detección, documentación y priorización de oportunidades de mejora en la experiencia de compra y conversión.

- Metodología propia: sistema de diagnóstico basado en evidencias reales y análisis de los principales puntos del customer journey.
- Priorización 7/30/90: organización de las mejoras detectadas según impacto, urgencia y facilidad de implementación para convertir los hallazgos en un plan de acción.
- Herramienta interna: desarrollo y validación de una aplicación para centralizar capturas, evidencias, hallazgos, prioridades y versiones de cada análisis.
- Validación real: aplicación de la metodología en ecommerce reales y evolución del servicio a partir de casos prácticos y feedback de marcas.

Disponibilidad inmediata
Salamanca y remoto

722 542 486

rruizor.com@upsa.es

Permiso B y vehículo propio

HERRAMIENTAS

MARKETING & ANALÍTICA

Meta Business Suite · Redes sociales ·
WordPress

PRODUCTIVIDAD & DISEÑO

Excel avanzado · Microsoft 365 ·
Canva · CapCut

IA & AUTOMATIZACIÓN

ChatGPT · Claude · Gemini · Lovable

IDIOMAS

Castellano: Nativo.

Inglés: Avanzado (B2)

COMPETENCIAS

- Ecommerce & CRO
- Customer Experience
- Auditoría UX
- Análisis de funnels
- Análisis de competencia
- Estrategia digital
- Creación de contenidos
- IA aplicada a marketing