I.- Datos Generales

Código	Título
EC0725	Comercialización mediante estrategias de comunicación

Propósito del Estándar de Competencia
Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que desarrollan funciones relacionadas con la comercialización aplicando las estrategias de comunicación, pretende implementar acciones que permitan ampliar la cobertura del mercado, difundir y promover los productos/servicios existentes, buscando siempre satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas del cliente, brindando una atención eficiente y adecuada, ofreciendo un trato amable y cordial.

Así mismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en EC.

El presente EC se refiere únicamente a funciones para cuya realización no se requiere por disposición legal, la posesión de un título profesional. Por lo que para certificarse en este EC no deberá ser requisito el poseer dicho documento académico.

Descripción del Estándar de Competencia
Este estándar de competencia comercialización mediante estrategias de comunicación, establece y define las funciones elementales que una persona debe realizar para ser competente en el cual es elemental realizar las siguientes actividades: Aplicar técnicas de comunicación de acuerdo al tipo de clientes, adecuando un lenguaje de fácil comprensión acorde al consumidor buscando que en todo momento exista una comunicación clara, efectiva que permita establecer un diálogo ameno, efectivo, eficiente y pertinente, Participar en la organización de eventos empresariales que permitan atraer a más consumidores, ofreciéndoles lo que ellos requieren, cubriendo sus expectativas y necesidades, Seleccionar productos promocionales que sean atractivos, funcionales, útiles, para lograr llamar la atención y captar clientes, así como apoyar en la realización de campañas publicitaria con el fin de obtener un mercado cautivo y auxiliar en la medición de la efectividad de la misma.

El presente Estándar de Competencia se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: Dos
Desempeña actividades programadas que, en su mayoría, son rutinarias y predecibles, depende de las instrucciones de un superior y se coordina con compañeros de trabajo del mismo nivel jerárquico.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló
De los Colegios de Estudios Científicos y Tecnológicos

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:	Fecha de publicación en el D.O.F:
8 de julio de 2016	10 de agosto de 2016

Periodo de revisión/actualización del EC:

3 años

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo con el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO)

Grupo unitario:
2511 Auxiliar en administración, mercadotecnia, comercialización y comercio exterior
4211 Empleados de ventas, despachadores y dependientes en comercios

Ocupaciones asociadas:
Auxiliares en mercadotecnia y Empleado de ventas y dependiente en establecimiento

Ocupaciones no contenidas en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones y reconocidas en el Sector para este EC
Vendedor de piso
Agente de operaciones comerciales
Agente de ventas
Agente de ventas de servicios

Clasificación según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)

Sector:
56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
Subsector:
561 Servicios de apoyo a los negocios
Rama:
5619 Otros servicios de apoyo a los negocios
Subrama:
56199 Otros servicios de apoyo a los negocios
Clase:
561999 Otros servicios de apoyo a los negocios

El presente Estándar de Competencia, una vez publicado en el Diario Oficial de la Federación, se integrará en el Registro Nacional de Estándares de Competencia que opera el CONOCER a fin de facilitar su uso y consulta gratuita.

Organizaciones participantes en el desarrollo del EC

- Coordinación Nacional de CECYTE
- Colegio CECyTE Estado de México

Relación con otros estándares de competencia

- EC0094 Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada
- EC0104 Ventas consultivas
- EC0441 Asesoría para la venta de productos en tienda departamental
- EC0518 Venta especializada de productos y servicios

Aspectos relevantes de la evaluación

Detalles de la práctica:	• Se recomienda que en la evaluación se consideren los siguientes aspectos: • El desarrollo de la evaluación de desempeño podrá realizarse en una situación real o simulada. • Los productos como resultado de desempeño solicitado, se presentarán como evidencia durante la evaluación de la Competencia, por lo que no se requiere ningún tipo de evidencia histórica.
Apoyos/Requerimientos:	• Computadora de escritorio • Impresora • Conexión a internet • Instrumentos de investigación para medir efectividad de la campaña (encuestas). • Reglamentos de la empresa • Plan de Mejora • Programa de actividades • Publicidad • Locación para realizar la venta • Personal de apoyo que funjan como clientes

Duración estimada de la evaluación

3 horas en gabinete y 3 horas en campo, totalizando 6 horas.

Referencias de Información

- Programa de Estudios de la Carrera Técnica: Ventas de la Coordinación Sectorial de Desarrollo Académico (COSDAC).

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia
Comercialización mediante estrategias de comunicación

Elemento 1 de 3
Implementar estrategias de relaciones públicas

Elemento 2 de 3
Elaborar estrategias publicitarias y promocionales

Elemento 3 de 3
Planear la publicidad de acuerdo al producto

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 3	E2284	Implementar estrategias de relaciones públicas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
La persona es competente cuando demuestra los siguientes:
DESEMPEÑOS

1. Aplica técnicas de comunicación:
   - Estableciendo técnicas de comunicación interna y externa en la empresa,
   - Estableciendo un diálogo cordial con los clientes,
   - Aplicando una técnica de rompe-hielo,
   - De acuerdo al tipo de público al que va dirigido,
   - Mencionando las características y beneficios de cada uno de los bien/servicio que sean del interés del cliente,
   - Motivando al cliente para que adquiera un bien/servicio, y
   - Respondiendo dudas haciendo mención del prestigio y calidad sobre los bienes/servicios que ofrece la empresa y los términos de negociación.

2. Participa en la organización de eventos empresariales:
   - De acuerdo a los objetivos establecidos en el contrato/acuerdo/ orden de trabajo,
   - Solicitando el presupuesto que la empresa ha destinado para la realización del evento,
   - Presentando propuestas que logren captar la atención de los clientes,
   - Utilizando los recursos existentes proporcionados por la organización,
   - Ofreciendo productos que sean atractivos y funcionales con base a las necesidades y presupuesto del cliente,
   - Revisando que los materiales cumplan con los estándares de calidad establecidos por la empresa,
   - Difundiendo el programa de actividades con el personal comisionado por la empresa,
   - Revisando que se cuente con todos los recursos de acuerdo a lo solicitado a la organización,
   - Asistiendo puntualmente a cada evento, y
   - Notificando a sus superiores cuando exista una contingencia.

3. Colabora en la organización de la logística del evento:
   - Asignando tareas al personal comisionado,
   - Programando los tiempos de realización y
   - Presentando propuestas de gastos para la realización del evento.

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:
PRODUCTOS

1. El informe final del desarrollo del evento elaborado:
   - Contiene la aceptación de la propuesta por parte del cliente,
   - Contiene la distribución de las áreas del evento,
   - Contiene el cronograma de las actividades,
   - Contiene el control de las actividades,
   - Contiene las conclusiones del evento, y

- Contiene los datos de quien elabora.

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:
ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Amabilidad: La manera en que da un trato respetuoso y amable al cliente cuando aplica las técnicas de comunicación.
2. Responsabilidad: La manera en que realiza el trabajo de acuerdo a los estándares de calidad requeridos.

GLOSARIO

1. Imagen de la empresa: Es la forma en que se le comunica al cliente lo que ofrecemos, lo que somos y lo que queremos ser como empresa.
2. Plan de mejora: Permite detectar puntos débiles de la empresa, y de esta manera atacar las debilidades y plantear posibles soluciones al problema. Mecanismos para alcanzar aquellas metas que se ha propuesto.
3. Públicos: Personas, conglomerados, colectivos o agrupaciones de personas con intereses (conocido o no) en las acciones de una organización, o en los cuales la organización tiene interés.
4. Técnicas de comunicación externa: Entrevistas personales con personal externo a la empresa o reuniones con proveedores o clientes,
5. Técnicas de comunicación interna: Platicas, reuniones o conferencias llevadas a cabo con los trabajadores de la empresa.

Referencia	Código	Título
2 de 3	E2285	Elaborar estrategias publicitarias y promocionales

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
La persona es competente cuando demuestra los siguientes:
DESEMPEÑOS

1. Participa en la selección de medios publicitarios:
   - Describiendo el segmento de mercado al que va dirigido el producto/servicio,
   - Confirmando el presupuesto del medio y de la empresa,
   - Confirmando los objetivos que busca la empresa de la campaña publicitaria,
   - Describiendo la cobertura que se busca,
   - Realizando llamadas telefónicas y visitas a empresas publicitarias para verificar costos y disponibilidad,
   - Preguntando características de cada uno de los medios publicitarios, y
   - Determinando tiempos, acciones y costos.

2. Participa en la selección de productos promocionales:
   - De acuerdo con el tipo de campaña,
   - Indagando el impacto de los productos promocionales, mediante una investigación de campo, y
   - Revisando la aceptación e impacto de los productos promocionales a través de un sondeo.

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

PRODUCTOS

1. El sondeo diseñado:
   - Contiene preguntas cerradas,
   - Contiene el nivel de aceptación del producto, y
   - Contiene el mercado a quien va dirigido.

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:
ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Responsabilidad: La manera en que participa en la selección de los medios publicitarios y productos promocionales, para que estos sean la mejor opción buscando siempre el beneficio para la empresa y el cliente.
2. Orden: La manera en la que proporciona la secuencia de las promociones.

GLOSARIO

1. Estrategias publicitarias y promocionales: Herramientas para promocionar una marca o una empresa se realizan con el objetivo de apuntar hacia una prueba del producto a un consumidor que lo desconoce o para incrementar las ventas de un producto.
2. Medios publicitarios: Son herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales.
3. Nicho de mercado: Término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

Referencia	Código	Título
3 de 3	E2286	Planear la publicidad de acuerdo al producto

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
La persona es competente cuando demuestra los siguientes:
DESEMPEÑOS

1. Auxilia en la medición de la efectividad de la campaña publicitaria:
   - Definiendo a que publico y a qué segmento del mercado va dirigido el producto/servicio,
   - Diseñando encuestas/cuestionarios,
   - Aplicando herramientas de medición de la efectividad establecidas por la empresa a la campaña publicitaria,
   - Preguntando a los clientes su opinión sobre la publicidad,
   - Realizando un estudio de campo sobre la aceptación del producto/servicio a publicitar, y
   - Utilizando el presupuesto establecido por la empresa con base al segmento del mercado al que va dirigida la campaña publicitaria.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La encuesta/cuestionario diseñada:
   - Contiene el segmento al que va dirigida,
   - Contiene el espacio para los datos generales (fecha de aplicación, edad y sexo)
   - Contiene los objetivos de la encuesta/cuestionario,
   - Contiene las instrucciones para su resolución,
   - Contiene las preguntas están acorde al segmento, y
   - Presenta las preguntas con redacción clara y precisa.

2. La campaña publicitaria realizada:
   - Está en formato digital,
   - Está elaborada con el diseño aprobado por la empresa,
   - Cumple con los requerimientos del cliente/empresa, y
   - Cumple con el presupuesto del cliente/empresa, de acuerdo con el costo del producto y el presupuesto del cliente, haciéndolo accesible al segmento del mercado al que va dirigido y considerando la generación de una ganancia a la empresa.

3. El informe de resultados de medición elaborado:
   - Incluye el uso de herramientas de medición utilizadas, e
   - Incluye el presupuesto de la empresa.

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:
ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Responsabilidad:	La manera en que en tiempo y forma, actúa con ética y profesionalismo.

GLOSARIO

1. Campaña publicitaria:	Se entiende por campaña publicitaria a aquel grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés generado en determinado conjunto de personas.
2. Herramientas de medición:	Son instrumentos que van a permitir medir la efectividad de una campaña publicitaria, como son: encuestas, sondeos, impacto en las ventas del bien/servicio.
3. Presupuesto de la empresa:	Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas. La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
4. Software:	Es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora.