I.- Datos Generales

Código	Título
EC0738	Lanzamiento de un producto/servicio en el mercado.

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que se desempeñan en el área de ventas y realizan actividades especializadas para posicionar el producto y/o servicio en el mercado, convirtiendo las ventajas en beneficios para los consumidores proyectando una actitud de equidad, seguridad y respeto hacia los clientes.

Asimismo, 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 Lanzamiento de un producto y/o servicio en el mercado., establece y define las funciones elementales que una persona debe realizar para ser competente, en el cual es elemental realizar las siguientes actividades:

Considerando una investigación de las necesidades del cliente y a partir de la misma presentar propuestas que redunden en ventajas y beneficios para los consumidores, brindando una atención adecuada y servicio personalizado, acorde a los requerimientos del cliente.

Realizar la mezcla de la mercadotecnia, la comercialización de un bien o servicio, el proceso y plan de venta, tratando de que exista congruencia entre las necesidades del cliente y los productos y/o servicios que ofrece la empresa.

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 julio 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 Auxiliares en administración, mercadotecnia, comercialización y comercio exterior.

Ocupaciones asociadas
Auxiliar y técnico administrativo.
Auxiliar y técnico en mercadotecnia, comercialización y publicidad.
Auxiliar y técnico en comercio exterior.
Agente de compras.
Consejero de empleo y empleado en agencia de colocación

Ocupaciones no contenidas en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones y reconocidas en el Sector para este EC
Vendedor de piso

Clasificación según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)
Sector:
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos
Subsector:
541 Servicios profesionales, científicos y técnicos
Rama:
5419 Otros servicios profesionales, científicos y técnicos
Subrama:
54191 Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública
Clase:
541910 Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública

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 Estándar de Competencia

- 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 presentaran 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 • Notas de venta • Plan de venta • Reglamentos mercantiles • Documentos comerciales.

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	Elemento 1 de 2
Lanzamiento de un producto/servicio en el mercado	Ejecutar estrategias de mercadotecnia conforme al marco legal aplicable
	Elemento 2 de 2
	Ejecutar estrategias de ventas

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 2	E2319	Ejecutar estrategias de mercadotecnia conforme al marco legal aplicable

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

1. El plan estratégico de mercadotecnia elaborado:
   - Incluye planeación estratégica de la empresa,
   - Incluye segmentación de mercado,
   - Incluye estudio de mercado,
   - Contiene estrategias promocionales y publicitarias,
   - Contiene los permisos ante las instituciones correspondientes de acuerdo al giro de la empresa, y
   - Describe el análisis de normas de calidad a cumplirse en los diferentes procesos.

2. La estrategia de mercadotecnia del bien/servicio diseñada:
   - Está de acuerdo a las normas de calidad,
   - Incluye los canales y medios de distribución, y
   - Describe la publicidad y promociones indicadas en el Plan Estratégico.

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

1. Limpieza	La manera en que presenta el plan estratégico de mercadotecnia sin manchaduras ni borrones.
2. Orden	La manera en como integra el plan estratégico de mercadotecnia.
3. Responsabilidad:	La manera en como cumple con los permisos, normas de calidad y en los tiempos de entrega del trabajo.

GLOSARIO

1. Documentos mercantiles:	Se realizan en el momento en que la operación se realiza, y su objeto es el de certificar entendimiento que existe entre las dos partes que han efectuado un convenio. Puede ser el ticket que emite una caja registradora de ventas.
2. Marco legal:	Es el conjunto de normas por el cual se rige una empresa. Este dependerá del tipo y giro con el cual se encuentre creada dicha empresa.
3. Normas de Calidad:	Es un documento, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad.
4. Planeación estratégica:	Es el proceso a través del cual se declara la visión, la misión y los valores de una empresa, se analiza su situación externa e interna, se

establecen sus objetivos a largo plazo, y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos.

5. PyMES: La pequeña y mediana empresa es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones.

Referencia	Código	Título
2 de 2	E2320	Ejecutar estrategias de ventas

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

1. Coordina eventos comerciales:
   - Diseñando la logística de la actividad conforme al tipo de evento y a las políticas de la empresa,
   - Elaborando materiales y recursos informativos que sean útiles y funcionales para el cliente,
   - Comisionando al personal necesario conforme al tipo de evento,
   - Cumpliendo con los requerimientos conforme al tipo de evento, equipo de sonido, mobiliario, equipo de cómputo, souvenirs y publicidad impresa,
   - Describiendo cada una de las comisiones del personal involucrado,
   - Consultando con sus superiores que la logística del evento se esté llevando de acuerdo a lo programado, y
   - Efectuando su comisión en tiempo y forma.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:
PRODUCTOS

1. El plan de ventas elaborado:
   - Contiene nombre y fecha de elaboración,
   - Incluye firma de autorización,
   - De acuerdo al giro de la empresa,
   - De acuerdo a un segmento de mercado,
   - De acuerdo al pronóstico de ventas derivado del estudio de mercado,
   - De acuerdo al bien/servicio,
   - Contiene objetivos de la empresa,
   - Incluye volumen de ventas en producto y cantidad monetaria,
   - Incluye cronogramas de actividades, y
   - Incluye la delimitación de responsabilidades en el personal.

2. El documento de los resultados del plan de ventas elaborado:
   - Contiene el cronograma de actividades (tiempos reales /tiempos estimados),
   - Incluye el volumen de ventas real estimado,
   - Incluye la cantidad monetaria real con la estimada,
   - Incluye la ganancia/pérdida real, y
   - Contiene instrumentos de evaluación de la satisfacción al cliente.

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Limpieza — La manera en como presenta el plan de ventas sin manchaduras ni borrones.
2. Orden — La manera en como integra de manera clara y comprensible el plan de ventas.
3. Responsabilidad: — La manera en que lleva a cabo la coordinación del evento comercial de acuerdo a la logística establecida y a las políticas de la empresa.

GLOSARIO

1. Consumidor: — Es un individuo u organización que demanda bienes o servicios que ofrece, ya sea un productor o un bien y servicios. Esa demanda tiene como motivación la satisfacción de necesidades.
2. Plan de ventas: — Documento en el que se establecen los cálculos acerca de las ventas esperadas para un periodo de tiempo determinado Así mismo se registran las actividades a desarrollar para atender a un cliente o a un segmento de mercado.