I.- Datos Generales

Código	Título
EC1127	Venta de productos y servicios manteniendo su sostenibilidad en el mercado

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que realizan operaciones en materia de ventas, entendiendo por esto, las personas que deben auxiliar en la realización de estrategias de venta, promover los productos y servicios en tiendas de autoservicio y negociar la venta en pequeños negocios y con el consumidor final.

Asimismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en Estándares de Competencia (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 general del Estándar de Competencia

Este EC contiene las funciones críticas y sustantivas de las personas que realizan la venta de productos y servicios manteniendo su sostenibilidad en el mercado, auxiliando en la realización de estrategias de venta, elaborando propuestas de publicidad, integrando expedientes de estudios de mercado y de campañas publicitarias; promoviendo productos y servicios en tiendas de autoservicio, realizando el mercadeo básico, asesorando al cliente/empelado de tienda sobre los productos, así como verificando la disponibilidad de los productos en los locales de venta al público; y finalmente, negociando la venta en pequeños negocios o con el consumidor final, visitando a los clientes y/o prospectos, asesorando a los clientes, acordando los precios de venta y cerrando la venta.

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. Se coordina con compañeros de trabajo del mismo nivel jerárquico

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló:
De la Subsecretaria de Educación Media Superior

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:	Fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación:
12 de noviembre del 2018	26 de noviembre del 2018

Periodo sugerido 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
4211 Empleados de ventas, despachadores y dependientes en comercios.
4212 Anaqueleros, acomodadores y seleccionadores de mercancías y alimentadores de máquinas expendedoras.
4221 Agentes y representantes de ventas y consignatarios.

Ocupaciones asociadas
Demostrador y promotor de productos
Ayudante de ventas en establecimientos

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

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

Sector:

46 Comercio al por menor

Subsector:

462 Comercio al por menor en tiendas de autoservicio y departamentales

Rama:

4621 Comercio al por menor en tiendas de autoservicio

4622 Comercio al por menor en tiendas departamentales

Subrama:

46211 Comercio al por menor en tiendas de autoservicio

46221 Comercio al por menor en tiendas departamentales

Clase:

462111 Comercio al por menor en supermercados

462112 Comercio al por menor en minisupers

462210 Comercio al por menor en tiendas departamentales

El presente EC, 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

- Cámara Mexicano – Alemana de Comercio e Industria, A.C.
- Nestlé Servicios Corporativos, S.A de C.V
- Sika Mexicana, S.A de C.V.
- Schindler Mexicana, S.A de C.V.

Relación con otros estándares de Competencia

- EC0094 Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada en piso
- EC0518 Venta especializada de productos y servicios
- EC0717 Asesoría al cliente para la venta de bienes/servicios

Aspectos relevantes de la evaluación

Detalles de la práctica:	• Para demostrar la competencia en este EC, se recomienda que se lleve a cabo en el lugar de trabajo y durante su jornada laboral; sin embargo, pudiera realizarse de forma simulada si el área de evaluación cuenta con los materiales, insumos, e infraestructura, para llevar a cabo el desarrollo de todos los criterios de evaluación referidos en el EC.
Apoyos/Requerimientos:	• Al interior de la organización se deberá contar con espacio/sala de juntas, equipo de oficina, computadora, impresora, proyector, entre otros, para llevar a cabo la evaluación de los conocimientos y desempeños en situación real o simulada. Así como acceso a las instalaciones y áreas de venta/áreas de aprendizaje en las que se lleve a cabo la formación dual para la evaluación también de los desempeños y generación de productos establecidos en el Estándar.

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 de Ventas. Carrera Común. Subsecretaria de Educación Media Superior. Comités Interinstitucionales de Formación Profesional Técnica. SEP. Abril de 2013.

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia
Venta de productos y servicios manteniendo su sostenibilidad en el mercado

Elemento 1 de 3
Auxiliar en la realización de estrategias de venta

Elemento 2 de 3
Promover los productos y servicios en tiendas de autoservicio

Elemento 3 de 3
Negociar la venta en pequeños negocios/con el cliente

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 3	E3546	Auxiliar en la realización de estrategias de venta

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Realiza la presentación efectiva de la campaña publicitaria:
- Describiendo el contexto y tendencias del mercado del producto/servicio,
- Planteando el objetivo y alcance de la campaña en función de las metas de la organización,
- Describiendo el tipo de cliente objetivo de la campaña conforme a los objetivos de venta,
- Describiendo los canales de venta a utilizar por tipo de cliente objetivo,
- Definiendo acciones de venta/promoción por tipo de cliente/producto/servicio,
- Explicando detalles de la campaña a realizar,
- Describiendo los recursos/materiales necesarios para llevar a cabo la campaña publicitaria para lograr el impacto buscado, y
- Describiendo los roles, personal involucrado y capacitación necesaria para operar la campaña publicitaria.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La propuesta de publicidad elaborada:
- Incluye boceto de ideas,
- Incluye eslogan acorde a la psicología del cliente, e
- Incluye imágenes para comunicar de acuerdo con la psicología del cliente.

2. El expediente de estudio de mercado integrado:
- Incluye informe de las necesidades de los clientes,
- Incluye estudio de segmentación de mercado,
- Incluye estudio de las estrategias de mercado, e
- Incluye estudio de pronóstico de ventas.

3. El expediente de la campaña publicitaria integrado:
- Incluye una lista con la selección de medios publicitarios,
- Incluye una lista con la selección de los productos promocionales,
- Incluye informe de los eventos comerciales/actividades promocionales realizados, e
- Incluye informe de medición de efectividad de la campaña publicitaria.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Tipos de segmentación del mercado	Conocimiento
2. Estrategia de ventas	Conocimiento
3. Estudio de Mercado. Generalidades	Conocimiento

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1.	Orden	La manera en que integra los expedientes del estudio de mercado y campaña publicitaria siguiendo la secuencia establecida por la empresa/organización para facilitar el acceso a los documentos.
2.	Responsabilidad	La manera en que cumple con las funciones que le asignan con calidad y compromiso.

GLOSARIO

1.	Campaña publicitaria	Es un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico.
2.	Pronóstico de ventas	Un pronóstico de venta es la estimación o previsión de las ventas de un producto, un bien o servicio, durante un determinado período futuro.
3.	Segmentación de mercado	Es una clasificación que divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.
4.	Sostenibilidad en el mercado	Cualidad de trabajo decente que asegura el desarrollo de las ventas a las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones

Referencia	Código	Título
2 de 3	E3547	Promover los productos y servicios en tiendas de autoservicio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Realiza el Mercadeo básico:
   - Verificando la disponibilidad de los productos en los locales de venta al público/anaquel/exhibiciones adicionales,
   - Sacando las mercancías de los depósitos almacenes/bodegas y llevándolas a los locales de venta al público/anaquel/exhibiciones adicionales,
   - Negociando con el jefe/responsable de piso la ejecución del secuencial de acomodo/planograma,
   - Negociando con el jefe/responsable de piso los espacios adicionales,
   - Limpiando el producto y el anaquel,
   - Colocando el surtido que satisfaga/genere la necesidad del comprador para la atracción de mayor número de clientes,
   - Colocando el producto de acuerdo con el método PEPS,
   - Colocando el precio acorde al tamaño, y
   - Seleccionando los materiales publicitarios a utilizar acordes con el punto de venta.

2. Asesora al cliente/empleado de tienda sobre los productos:
- Identificando la necesidad real del cliente a partir de preguntas puntuales,
- Exponiendo las ventajas competitivas y beneficios del producto con clientes/empleados, y
- Facilitando la negociación de activaciones con el objeto de establecer el esquema ganar-ganar.

3. Verifica la disponibilidad de los productos en los locales de venta al público:
- Gestionando el resurtido de los productos/ajuste de inventario,
- Elaborando el inventario/bitácora, y
- Tomando nota de las devoluciones.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El plan de trabajo elaborado:
- Incluye información respecto a las prioridades de venta, a las caducidades, y a los indicadores de punto de venta,
- Incluye la asignación de actividades por promotor,
- Incluye la ruta que se debe seguir, e
- Incluye las ventas ligadas a integrar.

2. El inventario/bitácora elaborada:
- Incluye información detallada de producto y cantidades en existencia,
- Incluye información detallada de nuevo producto requerido, e
- Incluye información detallada de producto en devolución.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Conocimientos fundamentales de mercadeo	Comprensión
2. Manejo sustentable de productos	Conocimiento

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Orden	La manera en que acomoda los productos en los anaqueles de las tiendas de autoservicio conforme al Planograma.
2. Iniciativa	La manera en que presenta el producto para que sea más atractivo para los clientes.
3. Limpieza	La manera en que presenta el producto en los anaqueles libre de impurezas.

GLOSARIO

1. Esquema ganar-ganar:	Es una técnica de negociación en la cual se consigue la mejor solución para todas las partes, pues se diseña de manera que todos los participantes puedan beneficiarse de uno u otro modo.

2.	Método PEPS	El método PEPS (Primero en entrar, primero en salir) o FIFO (First input, first output) es un método utilizado en el sistema de inventario permanente que permite realizar una valuación del inventario, teniendo en cuenta que los primeros artículos que ingresan al stock son los primeros que salen.
3.	Planograma	Es la representación gráfica del acomodo de mercancías o productos en un área específica de un establecimiento comercial que puede ser una góndola, un expositor o un espacio seleccionado.
4.	Resurtido de los productos	Es un método de abastecimiento de materiales o productos terminados.

Referencia	Código	Título
3 de 3	E3548	Negociar la venta en pequeños negocios/con el cliente

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Visita a los clientes prospectos/programados:
- Se presenta en el punto de venta conforme a la zona y giro definido en su itinerario/rutero,
- Dirigiéndose al decisor del negocio/punta de venta,
- Portando la vestimenta corporativa para su identificación ante el cliente,
- Escaneando visualmente a 360º de forma dinámica el punto de venta, y
- Realizando preguntas efectivas para identificar áreas de oportunidad de venta.

2. Asesora al cliente sobre el manejo del producto:
- Presentando el catálogo de productos de línea, nuevos/énfasis según el tipo de cliente/zona/giro/temporada,
- Realizando sugerencias respecto a la colocación del producto para mayor visibilidad/conservación/desplazamiento,
- Colocando materiales promocionales/publicitarios en los negocios/punto de venta, y
- Tomando nota de las quejas/reclamos de los clientes en el formato/procedimiento para comunicarlas al área correspondiente conforme a las líneas de mando definidas por la organización.

3. Realiza acuerdos comerciales con el cliente:
- Negociando los precios, condiciones de crédito, tiempos de entrega y descuentos,
- Utilizando las técnicas de manejo de objeciones y comunicación efectiva según interlocutores, el contexto, y los objetivos de venta que se persiguen, y
- Ofreciendo promociones vigentes de producto según zona/giro/negocio.

4. Cierra la venta:
- Realizando los pedidos, y
- Confirmando con el cliente las condiciones comerciales.

5. Da seguimiento a la entrega del pedido:

- Confirmado con el cliente la recepción del pedido, y
- Confirmando el pago del producto de acuerdo a las condiciones comerciales pactadas.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La orden de compra/pedido elaborada:

- Contiene número de pedido,
- Contiene fecha de pedido,
- Contiene condiciones de pago,
- Contiene tiempo de entrega del pedido,
- Contiene la cantidad y clave del producto,
- Contiene el precio final del producto, y
- Contiene descuentos/condiciones especiales de compra.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Técnicas de atención al cliente	Aplicación
2. Argumentación de ventas	Aplicación
3. Protocolos de atención al cliente	Aplicación
4. Manejo de objeciones	Conocimiento

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Iniciativa	La manera en que presenta los productos al cliente y propone alternativas acordes a sus necesidades.
2. Amabilidad	La manera cordial en la que trata a sus clientes y atiende sus comentarios y sugerencias.
3. Responsabilidad	La manera en que atiende todos los puntos de venta conforme a la agenda y los tiempos establecidos en su itinerario/rutero.
4. Perseverancia	La manera en que prospecta y da continuidad a la cartera de clientes.

GLOSARIO

1. Áreas de oportunidad	Constituyen las partes de la mercancía que podrían ser fortalezas y que requieren mejoras inmediatas.
2. Materiales promocionales	Son todos aquellos artículos útiles o decorativos que se utilizan en programas de marketing y comunicación. Suelen ser impresos con un logotipo de empresa, nombre o un mensaje.
3. Manejo de objeciones	Es una técnica que se utiliza en el proceso de ventas en la cual, luego de haberse presentado un producto a un cliente potencial, se hace frente a las posibles objeciones que éste pueda realizar.

4. Preguntas efectivas	Se refiere a cuestionamientos al cliente para identificar sus necesidades del producto/servicio que se le ofrece. Por ejemplo: ¿cómo se ha desplazado el producto?; ¿qué producto es el que más se vende?; ¿qué cantidad de reserva tiene de producto? entre otras.