

Estándar de Cualificación

Ventas

Código 0414-13-01-1-01

Versión 01



Octubre, 2020

EMPEZAR

Índice

I. Identificación de la cualificación	3
II. Descripción de las competencias específicas	6
III. Resultados de aprendizaje transversales a todas las competencias específicas	10
IV. Contexto laboral	11
V. Emisión de diploma	12
VI. Glosario de términos	13



EL MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES DE LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE COSTA RICA

Aprobación

El Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR) fue aprobado en la sesión N°37-2016, celebrada por el Consejo Superior de Educación el día 18 de julio del 2016, mediante acuerdo N°06-37-2016 y actualizado en el acuerdo N° 04-60-2019, según consta en el Decreto Ejecutivo N°39851-MEP-MTSS, el cual fue publicado el martes 6 de setiembre del 2016 en el Alcance N°161A de la Gaceta.

En cuanto a su definición, propósito general y componentes, el documento del MNC-EFTP-CR (2019), en su Capítulo III, establece:

Definición

El Marco Nacional de Cualificaciones de Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR) es la estructura reconocida nacionalmente, que norma las cualificaciones y las competencias asociadas a partir de un conjunto de criterios técnicos contenidos en los descriptores, con el fin de guiar la formación; clasificar las ocupaciones y puestos para empleo; y facilitar la movilidad de las personas en los diferentes niveles; todo lo anterior de acuerdo con la dinámica del mercado laboral (p.51).

Propósito general

El MNC-EFTP-CR norma el subsistema de educación y formación técnica profesional, a través de la estandarización de los niveles de formación, descriptores, duración y perfiles de ingreso y egreso de la formación, entre otros. Establece la articulación vertical y horizontal en el sistema educativo costarricense y orienta la atención de la demanda laboral. Además, asocia las cualificaciones con campos de la educación establecidos en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013) y la normativa salarial (p.50).

Componentes

El MNC-EFTP-CR establece un sistema de nomenclatura de cinco niveles de técnico. Cada nivel de cualificación cuenta con su respectivo descriptor, requisito mínimo de escolaridad para el ingreso, rango de duración del plan de estudios y requisito mínimo de escolaridad para la titulación (p.52).

Con respecto a los Estándares de cualificación y al Catálogo Nacional de Cualificaciones (CNC) el MNC-EFTP-CR, establece:

Los estándares pueden entenderse como definiciones de lo que una persona debe saber, hacer, ser y convivir para ser considerado competente en un nivel de cualificación. Los estándares describen lo que se debe lograr como resultado del aprendizaje de calidad.

El estándar de cualificación es un documento de carácter oficial aplicable en toda la República de Costa Rica, establece los lineamientos para la formulación y alineación de los planes de estudios y programas de la EFTP, que se desarrollan en las organizaciones educativas.

El Catálogo Nacional de Cualificaciones (CNC) asume la organización por campos de la educación que establece la CINE-F-2013, agregando el Campo de la Oferta Educativa y se subdivide en Campo Profesión y el Campo Cualificación reconocida a nivel nacional e internacional, las cuales son asociadas al Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica (COCR) u otros.

La metodología incorpora la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013)¹ con el objetivo de codificar las cualificaciones para el Catálogo Nacional de Cualificaciones de EFTP, normalizar la oferta educativa y los indicadores de la estadística de la EFTP en el ámbito nacional e internacional.

El Campo Detallado

Según Clasificación Internacional Normalizada de la Educación, Campos de la Educación y la Formación 2013 (CINE-F 2013)¹ – Descripción de los campos detallados, el campo detallado 0414 Mercadotecnia y publicidad incluye:

Mercadotecnia y publicidad es el estudio de la promoción de los procesos de intercambio de bienes y servicios entre organizaciones y / o individuos, y el estudio del comportamiento y requerimientos del consumidor. Incluye el estudio del papel del desarrollo de productos, la fijación de precios, la distribución, la promoción y las ventas con el fin de maximizar el rendimiento empresarial.

¹ Hace referencia a: Campos de Educación y Capacitación 2013 de la CINE (ISCED-F-2013).

Ventas

0414-13-01-1-01

3

Los programas y certificaciones con los siguientes contenidos principales se clasifican aquí:

- Publicidad
- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercado
- Mercadotecnia
- Comercialización
- Relaciones públicas

Ventas

0414-13-01-1-01

1

Créditos

Elaboración

Personas que representan a las organizaciones, instituciones y empresas que participaron en las etapas del proceso metodológico:

- Annabelle Durán Quesada. Automercado SA.
- Carlos Verand. Innovaciones Estratégicas JN SA.
- Jean Jacques Oguilve Pérez. Universidad Nacional
- Katherine Arana. Cámara de Industria de Costa Rica
- Katia Silvia Mauricio Vásquez. Universidad Nacional
- María Elena Molina Cabezas. Grupo Purdy Motors
- Mónica Quesada Vega. Smart Learning
- Nelson Rojas Chacón. Universidad de Iberoamérica
- Rosa Mará Rojas Campbell. Grupo Purdy Motors
- Iliana Ulate Soto. Universidad Nacional
- Katia Silvia Mauricio Vásquez. Universidad Nacional
- Jeffry Cascante Bolaños. Instituto Nacional de Aprendizaje
- Johanna Vanessa León Ureña. Instituto Nacional de Aprendizaje

Personas que representan a las organizaciones, instituciones y empresas que participaron en la validación del Estándar de Cualificación:

- Carlos Eduarte Rojas. Artesanías Flor de Luna / Bolsos y Accesorios Sibö
- Cinthya Sanchez Solis. Motocicletas Euromot
- Ericka Maroto Barrios. Imagen Soluciones y Más S.A
- Juana Ibáñez Blandón. Coopenae R.L.
- Juan Gabriel Carvajal González. Pizzería Picola Pizza Pub
- Juan Carlos Garcia Quesada. Hidenita Sociedad Anónima

Ventas

0414-13-01-1-01

2

- Jorge Solano Alvarado. Filtros JSM S.A
- José Enrique Barrantes Ramírez. Granja Avícola Los Once, S.A.
- Karen Vargas salas. Laboratorio el Maná
- Karla Miranda. Banco Popular
- Rebeca Hernandez Alfaro. Once Mil Uno S.A

Personas que representan la Instancia de Gestión y Registro de Estándares de Cualificación que asesoraron durante el proceso:

- Laura Vargas Jiménez. MNC
- Nelly Izquierdo Candiotti. MNC

Acuerdo de aprobación oficial

El presente Estándar de Cualificación fue aprobado por la Comisión Interinstitucional para la Implementación y Seguimiento del Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica, mediante el **Acuerdo N°01-03-2020**, el día **treinta** del mes **octubre** del año **dos mil veinte**.

Ventas

0414-13-01-1-01

3

I. Identificación de la cualificación

1

Codificación Cualificación: 0414-13-01-1-01

2

Cualificación (Nombre): Ventas

3

Nivel de cualificación: Técnico 1

4

Campo Amplio: 04 Administración de Empresas y Derecho

5

Campo Específico: 041 Educación comercial y Administración

6

Campo Detallado: 0414 Mercadotecnia y Publicidad

7

Campo Profesión: 13 Comercio y marketing

8

Campo Cualificación: 01 Mercadeo

9

Tiempo de Vigencia del Estándar de Cualificación: 5 años

10

Fecha de actualización: octubre 2025

11

Nivel de escolaridad requerido para el ingreso: Educación Diversificada

12

Nivel de escolaridad requerido para titulación: Educación Diversificada.

13

Competencia general: Gestionar las ventas de los productos y servicios asignados, identificando mercados potenciales y estrategias de comercialización, a partir de los procedimientos y políticas establecidas por la organización, asimismo, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problema.

14

Competencias específicas de otros estándares de cualificación requeridas para titulación de este:

No aplica.

Ventas

0414-13-01-1-01

5

15

Mapa de cualificación:

Cualificación

Competencia general

Competencias específicas

0414-13-01-1-
01
Ventas

Gestionar las ventas de los productos y servicios asignados, identificando mercados potenciales y estrategias de comercialización, a partir de los procedimientos y políticas establecidas por la organización, asimismo, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problema.

CE1

1

Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales, según procedimientos establecidos por la organización.

CE2

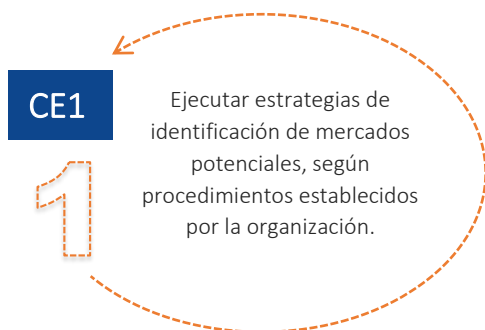
2

Desarrollar las ventas de bienes y servicios, mediante técnicas asertivas, según el canal, procedimientos y políticas establecidas por la organización.

II. Descripción de las competencias específicas

Competencias específicas (CE)

Resultados de aprendizaje²



La persona es competente cuando:

1. Identifica fundamentos y conceptos de estadística descriptiva.
2. Establece la segmentación de mercados, de acuerdo con las estrategias de la organización.
3. Identifica los elementos que determinan las necesidades de los clientes, de acuerdo con los bienes y servicios que comercializa la organización.
4. Caracteriza mercados potenciales acorde con las estrategias establecidas por la organización.
5. Describe las etapas en la elaboración de diagnósticos de necesidades de los clientes, de acuerdo con las estrategias de la organización.
6. Determina las técnicas e instrumentos para la recolección de información de diagnósticos de necesidades de los clientes, de acuerdo con los procedimientos establecidos por la organización.
7. Aplica instrumentos de diagnóstico de necesidades de los clientes, utilizando herramientas tecnológicas.
8. Analiza los resultados de diagnósticos sobre necesidades de los clientes, según procedimientos establecidos por la organización.
9. Elabora informes de los resultados de diagnóstico sobre necesidades de los clientes, según procedimientos establecidos por la organización.
10. Establece proyecciones de ventas considerando los informes técnicos de los resultados de diagnóstico sobre necesidades de los clientes y según procedimientos establecidos por la organización.

² Resultados de aprendizaje según elementos del descriptor. Aplicación y saberes disciplinarios.

Evaluación del logro de la competencia específica N°1

Evidencias CE1

Conocimientos:

- Fundamentos y conceptos de estadística descriptiva.
- Segmentación de mercados.
- Elementos que determinan las necesidades de los clientes.
- Características de mercados potenciales.
- Etapas en la elaboración de diagnósticos de necesidades de los clientes.
- Técnicas e instrumentos para la recolección de información de diagnósticos de necesidades de los clientes.
- Proyecciones de ventas considerando los informes técnicos de los resultados de diagnóstico sobre necesidades de los clientes

Desempeño:

- Aplica instrumentos de diagnóstico de necesidades de los clientes, utilizando herramientas tecnológicas.

Nota: Los desempeños los realiza a partir de los procedimientos y políticas establecidas por la organización, asimismo, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

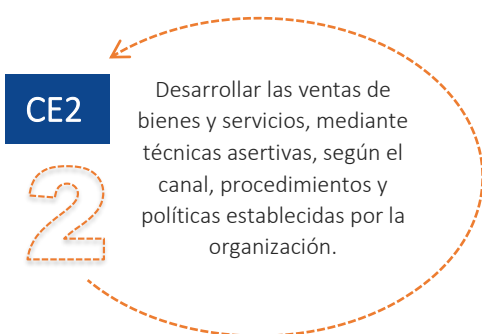
Producto:

- Informes de los resultados de diagnóstico sobre necesidades de los clientes.

Nota: Los productos los realiza según procedimientos establecidos por la organización.

Competencias específicas (CE)

Resultados de aprendizaje



La persona es competente cuando:

1. Identifica técnicas de ventas según el canal de distribución, minorista y mayorista, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.
2. Identifica técnicas de ventas según el medio utilizado, tecnológico y tradicional, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.
3. Aplica técnicas de ventas, según el canal de distribución, minorista y mayorista, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.
4. Ejecuta técnicas de ventas según el medio utilizado, tecnológico y tradicional, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.
5. Identifica acciones de rentabilidad del canal de venta, acorde con la rotación de inventario.
6. Establece acciones para la mejora continua del proceso de ventas asignado, según políticas de la organización.
7. Aplica técnicas de seguimiento a la clientela, según procedimientos establecidos por la organización.

Evaluación del logro de la competencia específica N°2

Evidencias CE2

Conocimientos:

- Técnicas de ventas.
- Canales de distribución, minorista y mayorista.
- Acciones de rentabilidad del canal de venta, acorde con la rotación de inventario.
- Acciones para la mejora continua del proceso de ventas.
- Técnicas de seguimiento a la clientela.

Desempeño:

- Aplica técnicas de ventas, según el canal de distribución, minorista y mayorista, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.
- Ejecuta técnicas de ventas según el medio utilizado, tecnológico y tradicional, asimismo procedimientos y políticas establecidas por la organización.

Nota: Los desempeños los realiza a partir de los procedimientos y políticas establecidas por la organización, asimismo, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

Producto:

- No aplica.

III. Resultados de aprendizaje transversales a todas las competencias específicas³

Trabajo en equipo

- Redacta informes técnicos, atendiendo las normas de redacción y ortografía del idioma oficial.
- Evidencia una comunicación asertiva, trabajo en equipo, orientación a los resultados, profesionalismo y un aprendizaje permanente.

Salud Ocupacional

- Aplica las normas de salud ocupacional, según protocolos establecidos por la organización.

Uso de la Tecnología

- Utiliza tecnologías de la información y comunicación aplicadas a las ventas.

Servicio al cliente

- Aplica principios de atención al cliente interno y externo.
- Implementa normas de aseguramiento de la calidad en los procesos de venta.

En relación con la adquisición de una lengua extranjera (inglés) y la aplicación en la cualificación “0414-13-01-1-01 Ventas” la persona:

Comprensión Auditiva:

- Comprende información de un discurso concreto, articulado de manera clara y lenta para poder satisfacer las necesidades en un contexto específico.

Comprensión de Lectura:

- Comprende textos breves y sencillos sobre temas conocidos y concretos, así como vocabulario cotidiano usado frecuentemente o relacionado a un área específica.

Expresión Escrita:

- Redacta una serie de textos y oraciones unidas con conectores simples.

Expresión Oral:

- Describe personas, lugares o actividades cotidianos usando frases y oraciones simples.

³ Resultados de aprendizaje según elementos del descriptor: Autonomía y responsabilidad, interacción profesional, cultural y social. Además, se deben considerar para cada Estándar de Cualificación en particular, se requieren algunos de los siguientes: salud ocupacional, sostenibilidad ambiental, servicio a la clientela, calidad, emprendedurismo, innovación, entre otros. En este apartado se incluyen los resultados de aprendizaje de una lengua extranjera. Para efectos del diseño curricular, los resultados de aprendizaje transversales deben integrarse y evaluarse en cada competencia específica.

IV. Contexto laboral

16

Condiciones del contexto laboral:

- Trabajar bajo presión.
- Trabajar en horarios variados y extensos.
- Visitar ocasionalmente diferentes regiones del país.

17

Ámbito de aplicación de la cualificación:

- Departamento de mercadeo en organizaciones pequeñas, medianas y grandes, ya sean públicas o privadas

18

Ocupaciones asociadas a este Estándar de Cualificación (EC) de acuerdo con Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica (COCR):

- COCR-2011/ 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización.
- COCR-2011/ 3316 Técnicos y Asistentes en Administración y Economía.
- COCR-2011/ 3711 Técnicos y asistentes en relaciones públicas y publicidad.
- COCR-2011/ 4227 Entrevistadores de encuestas y de investigaciones de mercado.

19

Estándares de Cualificación vinculados y contenidos en el Catálogo de Cualificaciones de la EFTP-CR:

- 0414-13-01-2-01 Mercadeo comercial
- 0414-13-01-3-01 Mercadeo
- 0141-13-01-4-01 Mercadeo

20

Estándares de Cualificación Internacionales relacionados:

- COM652_3 - Gestión de marketing y comunicación (INCUAL)

V. Emisión de diploma

La persona que apruebe un Programa educativo que haya sido diseñado a partir del presente Estándar de Cualificación, según el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica, se hace acreedora al diploma de:

Ventas 0414-13-01-1-01	TÉCNICO 1
Nombre de la cualificación	Nivel de cualificación

Esta cualificación certifica que la persona es competente para:

Gestionar las ventas de los productos y servicios asignados, identificando mercados potenciales y estrategias de comercialización, a partir de los procedimientos y políticas establecidas por la organización, asimismo, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

VI. Glosario de términos

Terminología asociada a la cualificación:


- **Canales de distribución:** Conjunto de organizaciones independientes, involucradas en el proceso de poner el producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario, para su utilización o su consumo. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 354).
- **Ciclo de vida de un producto:** Curso que siguen las ventas y las utilidades de un producto a lo largo de su vida. Implica cinco etapas, desarrollo, introducción, crecimientos, madurez y decadencia. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 298).
- **Fuerza de ventas:** Organización de la fuerza de ventas que asigna a cada vendedor un área geográfica exclusiva para que venda toda la línea de productos y servicios de la compañía a todos los clientes. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 371).
- **Herramientas ofimáticas:** Permiten idear, crear, almacenar y manipular información, pero deben estar las computadoras sí o sí conectadas a una red de Internet. La estructura ofimática suele estar constituida por las computadoras y sus periféricos.

Toda actividad que se realice manualmente dentro de un complejo de oficinas puede realizarse con las herramientas de la ofimática de forma mucho mejor, más simple y rápida. (Concepto de Ofimática, s.f, párr. 2-3)

- **Mercadotecnia:** La mercadotecnia o el mercadeo es un proceso administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante creación el intercambio de productos y valor con otros. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 14).
- **Ofimática:** Conjunto de herramientas de informática que se utilizan para optimizar, mejorar y automatizar los procedimientos que se realizan en una oficina. La palabra ofimática es un acrónimo formado por oficina e informática. (Concepto de Ofimática, s.f, párr. 1)
- **Plataformas digitales:** Una plataforma digital es un medio para cimentar e impulsar nuevas formas de pensar (y mantener) las relaciones humanas – ya sean sociales, educativas o comerciales, por mencionar algunas. La tecnología, especialmente cuando se aplica al desarrollo

de empresas y personas, puede favorecer ganancias expresivas y escalables. (Aprende qué son... s.f. párr.1-2)

- **Producto:** Cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo, o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 7).
- **Redes sociales:** Comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. En redes sociales como Facebook, Twitter, Google + o LinkedIn, se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos. Esto, según los intereses de los usuarios.
Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a cada una de ellas. Por ejemplo, Facebook es una red social muy útil para contactar amigos, conocer gente con los mismos intereses y crear páginas de empresas. Esto último, para mejorar el branding y posicionamiento. (Peiró, s.f. párr. 1-4)
- **Rotación de productos:** La rotación de productos, o rotación de inventario, es una medida de la velocidad en que una empresa vende los productos o el inventario que tiene a la mano. ¿Qué es la ..., s.f. párr.1)
- **Segmentación de mercados:** La división de un mercado en grupos distintos de compradores con diferentes necesidades, características y conductas. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 50).

Para más información
haga clic aquí 

www.cualificaciones.cr

Volver al
INICIO

 Retrocede

Volver al ÍNDICE