MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL
COSTA RICA

Catálogo Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica

FR MNC 03
EDICIÓN 04
Aprobado
25/03/2025

Estándar de Cualificación

Gestión de Ventas

Código 0414-13-01-1-02

Versión 02



Octubre 2026

EMPEZAR

Índice

I. Identificación de la cualificación 9

II. Descripción de las competencias específicas 12

III. Resultados de aprendizaje transversales a todas las competencias específicas 21

IV. Contexto laboral 22

V. Emisión de diploma 25

VI. Glosario de términos 26

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.

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

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

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

Código de la cualificación

La codificación de la cualificación está conformada por once dígitos que permiten su trazabilidad con los campos de la CINE y el campo educación definido por el MNC-EFTP-CR. Los primeros cuatro dígitos corresponden a la codificación de los campos amplio, específico y detallado de la CINE-F-2013; los cuatro siguientes corresponden al campo educación, el cual está subdividido en campo profesión y en campo cualificación; continuando con el dígito que obedece al nivel de cualificación y, por último, dos dígitos que establecen la versión.



Antecedentes de la actualización de la cualificación

La actualización de la cualificación Gestión de Ventas responde a la necesidad de fortalecer y modernizar el referente técnico de la cualificación Ventas (0414-13-01-1-01), aprobada en el año 2020, con el propósito de atender las transformaciones que han experimentado los procesos comerciales, los canales de venta y el comportamiento de las personas consumidoras en entornos presenciales y digitales. La revisión permitió identificar la necesidad de incorporar nuevos conocimientos, habilidades y desempeños vinculados con la analítica de datos, el uso de herramientas tecnológicas, las estrategias de atención omnicanal, la experiencia de compra, la fidelización de la clientela y los criterios de sostenibilidad aplicados a la actividad comercial.

El proceso de actualización se fundamentó en el análisis comparativo de la versión anterior de la cualificación, la revisión de tendencias y requerimientos del mercado laboral, así como en la identificación de nuevas demandas ocupacionales asociadas a la gestión de ventas en contextos digitales y presenciales. Como resultado, se amplió el alcance de la competencia general, se fortalecieron las competencias específicas existentes y se incorporó una nueva competencia relacionada con la implementación de estrategias de experiencia de compra y promoción comercial, permitiendo una mayor alineación con las prácticas actuales del sector comercio y mercadeo.

Asimismo, la actualización se desarrolló considerando el marco normativo vigente, los lineamientos metodológicos del Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR), los descriptores del nivel de cualificación correspondiente y la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F 2013), garantizando la pertinencia, coherencia y articulación de la cualificación dentro del Catálogo Nacional de Cualificaciones de la EFTP. El proceso contempló la participación de equipos técnicos interinstitucionales y personas expertas del área, con el fin de asegurar la vigencia y calidad del estándar frente a las necesidades actuales y futuras del sector productivo.

Elaborado por

- Equipo técnico-metodológico interinstitucional:

  Astrid Melissa Conejo Castro. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Georgina Garro Cervantes. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Hugo Fonseca Arguello. Universidad Nacional.

  José Mario Ramírez Madrigal. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Laura María Venegas Umaña. Universidad Técnica Nacional.

  Randy Bermúdez Cerdas. Ministerio de Educación Pública.

- Equipo asesor de la metodología:
  Ginnette Rojas Arias.

Agradecimiento

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

- Empresas y organizaciones que participaron en las entrevistas del sector productivo:

  No aplica.

- Empresas y organizaciones que participaron en la validación:

  Ana Sofía Solano Vargas. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Glenn Bravo Ramirez. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Heriberto Murillo Vargas. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Ivannia Rodríguez Solano. Instituto Nacional de Aprendizaje.

  Jorge Alejandro Solano Quesada. Instituto Nacional de Aprendizaje.

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° dos,** el día **ocho** del mes **octubre** el año **dos mil veintiséis**.

Control de versiones

Código del EC	Nombre de la cualificación	Número de versión	Fecha de exclusión del CNC
0414-13-01-1-01	Ventas	01	08/10/2026

Trazabilidad con versión anterior

Elemento de la cualificación	Versión anterior	Versión actual
Año aprobación	2020	2026
Código cualificación	0414-13-01-1-01	0414-13-01-1-02
Nombre cualificación	Ventas	Gestión de Ventas
Código CG	CG-13-0087-1	CG-13-418-1
CG	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.	Gestionar procesos de ventas presenciales y digitales de productos y servicios, identificando mercados potenciales, aplicando estrategias de comercialización, experiencia de compra y atención omnicanal, mediante herramientas tecnológicas, técnicas de ventas y análisis de información comercial, de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.
Código CE1	CE-13-0087-00332-1	CE-13-418-1806-1
CE1	Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales, según procedimientos establecidos por la organización.	Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales mediante el análisis de información comercial, comportamiento de la clientela y utilización de herramientas tecnológicas, según procedimientos y objetivos organizacionales.
Código CE2	CE-13-0087-00333-1	CE-13-418-1807-1
CE2	Desarrollar las ventas de bienes y servicios, mediante técnicas asertivas, según el canal, procedimientos y políticas establecidas por la organización.	Desarrollar procesos de ventas presenciales y digitales mediante técnicas de comercialización, atención al cliente, herramientas tecnológicas y estrategias omnicanal, según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales.

Código CE3		CE-13-418-1808-1
CE3		Implementar estrategias de experiencia de compra y promoción comercial, considerando criterios de sostenibilidad, servicio al cliente y comportamiento del consumidor en entornos comerciales físicos y digitales.

I. Identificación de la cualificación

1

Codificación Cualificación: 0414-13-01-1-02

2

Cualificación (Nombre): Gestión de Ventas

3	4
Campo Amplio: 04 Administración de Empresas y Derecho	**Campo Específico:** 041 Educación comercial y Administración

5	6
Campo Detallado: 0414 Mercadotecnia y Publicidad	**Campo Profesión:** 13 Comercio y marketing

7

Campo Cualificación: 01 Mercadeo

8	9
Nivel de cualificación: Técnico 1	**Versión:** 02

10

Fecha de aprobación: Octubre, 2026

11	12
Nivel de escolaridad requerido para el ingreso: III Ciclo de Educación Diversificada	**Nivel de escolaridad requerido para la titulación:** III Ciclo de Educación Diversificada

13

Competencia general: CG-13-418-1 Gestionar procesos de ventas presenciales y digitales de productos y servicios, identificando mercados potenciales, aplicando estrategias de comercialización, experiencia de compra y atención omnicanal, mediante herramientas tecnológicas, técnicas de ventas y análisis de información comercial, de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

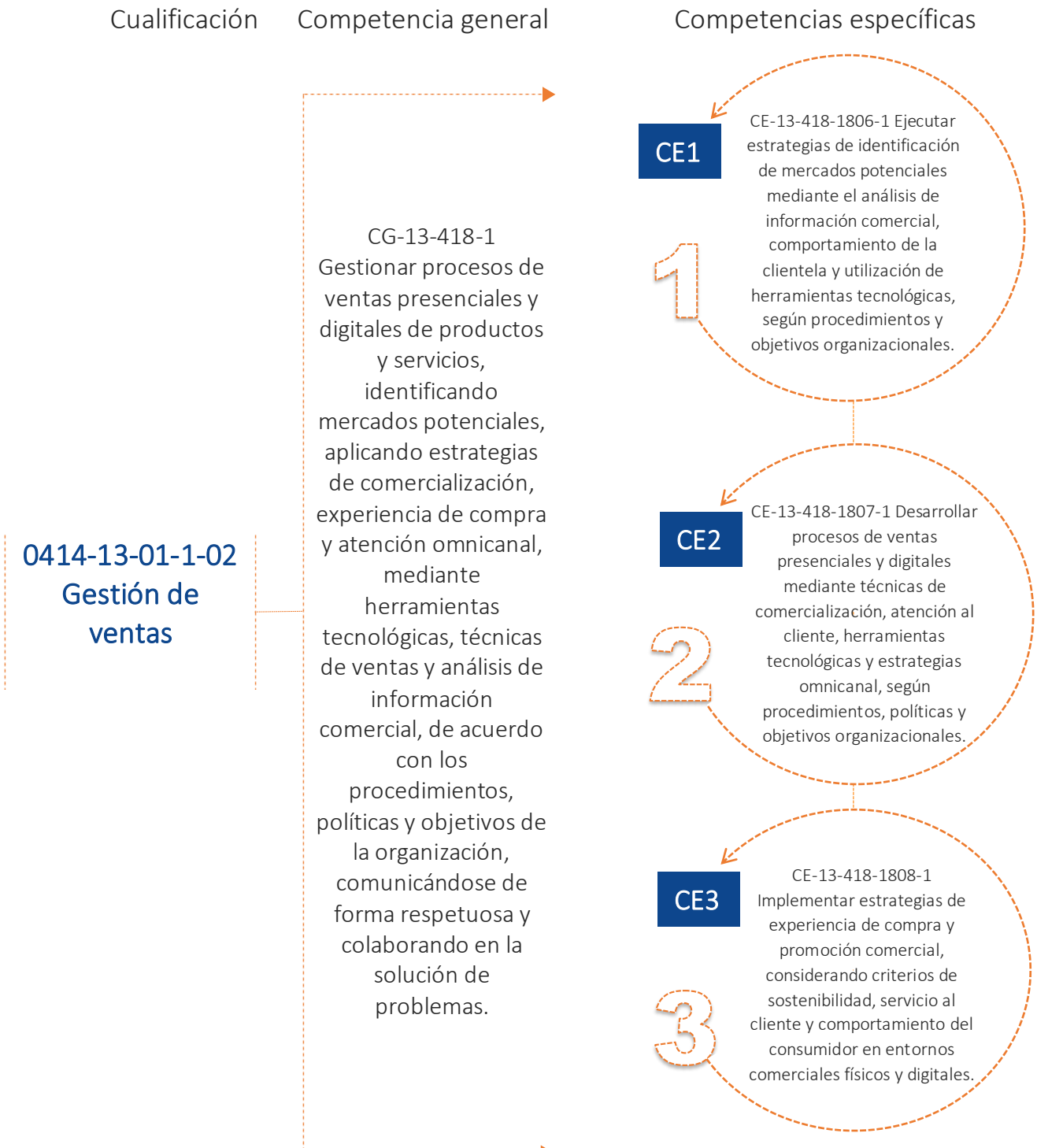
14

Competencias específicas y resultados de aprendizaje de otros estándares requeridos para la articulación con esta cualificación:

No aplica.

15

Mapa de cualificación:



II. Descripción de las competencias específicas

Competencias específicas (CE)	Resultados de aprendizaje[2]
CE1 CE-13-418-1806-1 Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales mediante el análisis de información comercial, comportamiento de la clientela y utilización de herramientas tecnológicas, según procedimientos y objetivos organizacionales.	La persona es competente cuando: 1. Identifica fundamentos de estadística descriptiva, analítica de datos y métricas comerciales aplicadas a los procesos de ventas y al comportamiento del consumidor, según los objetivos de la organización. 2. Establece segmentaciones de mercado, considerando características demográficas, comportamiento digital de la clientela y estrategias comerciales de la organización. 3. Identifica las necesidades, comportamientos y preferencias de la clientela en entornos comerciales físicos y digitales, según los bienes y servicios de la organización. 4. Reconoce mercados potenciales mediante el análisis de tendencias de consumo y estrategias comerciales, considerando los procedimientos establecidos. 5. Describe las etapas requeridas en la elaboración de diagnósticos comerciales y análisis de comportamiento de la clientela, de acuerdo con las estrategias organizacionales. 6. Determina técnicas, instrumentos y herramientas tecnológicas requeridas en la recolección de información comercial y diagnóstico de necesidades de la clientela, de acuerdo con los procedimientos establecidos. 7. Aplica instrumentos digitales de recopilación y análisis de información comercial, mediante el uso de herramientas tecnológicas, según necesidades de la clientela. 8. Analiza resultados de diagnósticos comerciales y comportamiento del consumidor, considerando estrategias de ventas y toma de decisiones comerciales.

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

9. Elabora informes técnicos y comerciales utilizando herramientas digitales de presentación de resultados y análisis de mercado, según procedimientos establecidos.
10. Establece proyecciones de ventas, considerando análisis de mercado, tendencias de consumo, resultados de diagnósticos comerciales y procedimientos establecidos.

Evaluación del logro de la competencia específica N°1

Evidencias CE1

Conocimientos[3]:

- Fundamentos de estadística descriptiva aplicados a los procesos de ventas y al comportamiento del consumidor.
- Fundamentos de analítica de datos aplicados a los procesos de ventas y al comportamiento del consumidor.
- Métricas comerciales aplicadas a los procesos de ventas y al comportamiento del consumidor.
- Características demográficas.
- Comportamiento digital de la clientela.
- Estrategias comerciales.
- Necesidades, comportamientos y preferencias de la clientela en entornos comerciales físicos y digitales.
- Mercados potenciales.
- Tendencias de consumo.
- Estrategias comerciales.
- Etapas requeridas en la elaboración de diagnósticos comerciales y análisis de comportamiento de la clientela.

[3] Saberes disciplinarios

Desempeño[4]:

- Establece segmentaciones de mercado.
- Determina técnicas, instrumentos y herramientas tecnológicas requeridas en la recolección de información comercial y diagnóstico de necesidades de la clientela.

Nota: Los desempeños los realiza de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

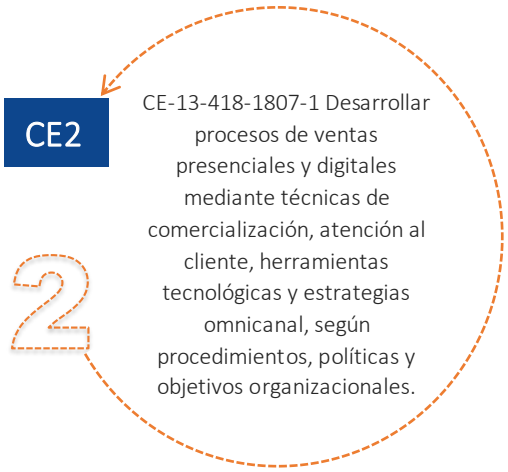
Producto:

- Instrumentos digitales aplicados.
- Resultados de diagnósticos comerciales y comportamiento del consumidor analizados.
- Informes técnicos y comerciales elaborados.
- Proyecciones de ventas establecidas.

Nota: Los productos los realiza según procedimientos y objetivos organizacionales.

[4] Aplicación, incluye ser y convivir

Competencias específicas (CE)



Resultados de aprendizaje

La persona es competente cuando:

1. Identifica las técnicas y etapas del embudo de ventas, aplicables a canales físicos, digitales, minoristas y mayoristas, según procedimientos y políticas establecidos.
2. Elabora técnicas de ventas presenciales, digitales y omnicanal, utilizando herramientas tecnológicas y plataformas comerciales, según políticas establecidas.
3. Aplica técnicas de ventas y atención al cliente en diferentes canales comerciales, físicos y digitales, según procedimientos y objetivos establecidos.
4. Ejecuta procesos de ventas mediante herramientas tecnológicas, plataformas digitales y estrategias omnicanal, según procedimientos establecidos.
5. Identifica acciones de rentabilidad comercial, considerando indicadores de ventas, rotación de inventario y comportamiento del consumidor.
6. Establece acciones de mejora continua en procesos de ventas presenciales y digitales, considerando experiencia de compra y satisfacción de la clientela.
7. Aplica técnicas de seguimiento, fidelización y atención posventa, mediante sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM), herramientas digitales y estrategias de experiencia de la clientela, según procedimientos establecidos.

Evaluación del logro de la competencia específica N°2

Evidencias CE2

Conocimientos:

- Técnicas del embudo de ventas.
- Etapas del embudo de ventas.
- Canales físicos, digitales, minoristas y mayoristas de ventas.
- Acciones de rentabilidad comercial.
- Indicadores de ventas.
- Rotación de inventario.
- Comportamiento del consumidor.
- Experiencia de compra y satisfacción de la clientela.

Desempeño:

- Aplica técnicas de ventas y atención al cliente en diferentes canales comerciales, físicos y digitales.
- Ejecuta procesos de ventas mediante herramientas tecnológicas, plataformas digitales y estrategias omnicanal.
- Aplica técnicas de seguimiento, fidelización y atención posventa, mediante sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM), herramientas digitales y estrategias de experiencia de la clientela.

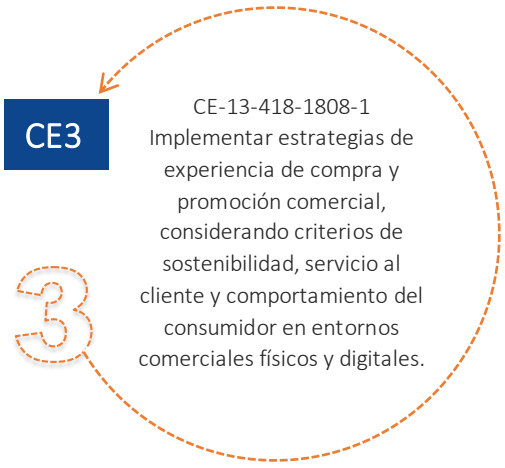
Nota: Los desempeños los realiza de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

Producto:

- Técnicas de ventas presenciales, digitales y omnicanal elaboradas.
- Acciones de mejora continua en procesos de ventas presenciales y digitales establecidas.

Nota: Los productos los realiza según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales.

Competencias específicas (CE)



Resultados de aprendizaje

La persona es competente cuando:

1. Identifica principios de experiencia de compra, promoción comercial y comportamiento del consumidor aplicados a entornos comerciales físicos y digitales, según procedimientos establecidos.
2. Describe técnicas de ambientación comercial y exhibición de productos, según estrategias promocionales y objetivos establecidos.
3. Organiza espacios comerciales utilizando criterios de promoción comercial, rotación de productos y experiencia de compra, según objetivos establecidos.
4. Aplica técnicas de promoción comercial y exhibición de productos fortaleciendo procesos de ventas y atracción de la clientela, según objetivos establecidos.
5. Implementa estrategias de experiencia de la clientela orientadas a la satisfacción y fidelización, según objetivos establecidos.
6. Ejecuta la venta presencial y digital, considerando diferentes escenarios comerciales y comportamiento de la clientela.
7. Atiende situaciones comerciales y objeciones de la clientela, aplicando técnicas de comunicación y resolución de conflictos, según procedimientos establecidos.
8. Aplica técnicas de venta ampliada y complementaria, según necesidades de la clientela y objetivos comerciales establecidos.
9. Implementa criterios de sostenibilidad y consumo responsable en procesos de promoción y comercialización, según objetivos comerciales establecidos.
10. Valora el impacto de estrategias promocionales y experiencias de compra

mediante indicadores básicos de desempeño comercial, según objetivos comerciales establecidos.

Evaluación del logro de la competencia específica N°3

Evidencias CE3

Conocimientos:

- Principios de experiencia de compra promoción comercial y comportamiento del consumidor aplicados a entornos comerciales físicos y digitales
- Técnicas de ambientación comercial y exhibición de productos.
- Escenarios comerciales.
- Comportamiento de la clientela.

Desempeño:

- Aplica técnicas de promoción comercial y exhibición de productos fortaleciendo procesos de ventas y atracción de la clientela.
- Implementa estrategias de experiencia de la clientela orientadas a la satisfacción y fidelización.
- Ejecuta la venta presencial y digital.
- Atiende situaciones comerciales y objeciones de la clientela, aplicando técnicas de comunicación y resolución de conflictos.
- Aplica técnicas de venta ampliada y complementaria.
- Implementa criterios de sostenibilidad y consumo responsable en procesos de promoción y comercialización.

- Valora el impacto de estrategias promocionales y experiencias de compra mediante indicadores básicos de desempeño comercial

Nota: Los desempeños los realiza de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

Producto:

- Espacios comerciales utilizando criterios de promoción comercial, rotación de productos y experiencia de compra organizados.

Nota: Los productos los realiza considerando criterios de sostenibilidad, servicio al cliente y comportamiento del consumidor en entornos comerciales físicos y digitales.

III. Resultados de aprendizaje transversales a todas las competencias específicas[5]

Trabajo en equipo

- Trabaja de manera colectiva respetando acuerdos.

Uso de tecnología

- Utiliza herramientas tecnológicas básicas para ejecutar tareas.

Enfoque en resultados

- Cumple tareas según estándares establecidos.

Resolución de problemas

- Aplica soluciones básicas a problemas de tareas.

[5] 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.
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

Dominio de una segunda lengua:

El dominio del segundo idioma _____ es

__ Indispensable

__ Deseable

_X_ No aplica

En un nivel ( ) Principiante ( )Elemental ( ) Intermedio ( )Intermedio alto ( )Avanzado

18

Normativa relacionada con las ocupaciones vinculadas a este Estándar de Cualificación (EC):

- Ley N.° 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.
- Ley N.° 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.
- Ley N.° 8968, Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales.
- Ley N.° 7600, Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad.
- Ley N.° 8839, Ley para la Gestión Integral de Residuos.

19

Ámbito de inserción laboral para las ocupaciones vinculadas con la cualificación:

- Departamentos de ventas y comercialización en organizaciones públicas y privadas.
- Departamentos de mercadeo y marketing.
- Empresas de comercio al por mayor y al por menor.
- Plataformas y unidades de comercio electrónico.
- Centros de atención y servicio a la clientela.
- Departamentos de promoción comercial y experiencia de compra.

20

Ocupaciones asociadas a este Estándar de Cualificación (EC) de acuerdo con el Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica (COCR) y otros referentes consultados:

Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica

- COCR-2023/ 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización.
- COCR-2023/ 2433 Profesionales de ventas técnicas y médicas.
- COCR-2023/ 2434 Profesionales de ventas de tecnologías de la información y las comunicaciones.
- COCR-2023/ 3316 Técnicos y asistentes en administración y economía.
- COCR-2023/ 3322 Representantes comerciales.
- COCR-2023/ 5221 Comerciantes propietarios de pequeñas tiendas y otros tipos de comercios.
- COCR-2023/ 5222 Supervisores de tiendas y almacenes.
- COCR-2023/ 5223 Asistentes de ventas de tiendas y almacenes.
- COCR-2023/ 5242 Demostradores de tiendas.
- COCR-2023/ 5244 Vendedores por teléfono.

Otros referentes consultados

- Agencias de publicidad y mercadeo.

21

Ruta de aprendizaje según Catálogo Nacional de Cualificaciones de la EFTP-CR:

- 0414-13-01-2-02 Gestión Comercial.
- 0414-13-01-3-02 Mercadeo.
- 0414-13-01-4-02 Mercadeo.



22

Estándares de Cualificación internacionales relacionados:

- COM314_3 - Gestión comercial de ventas. INCUAL.
- COM085_2 – Actividades de venta. INCUAL.
- COM631_2 – Actividades de gestión de un pequeño comercio. INCUAL.
- EC0104 – Ventas consultivas. CONOCER México.

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:

Gestión de Ventas 0414-13-01-1-02	TÉCNICO 1
Nombre de la cualificación	Nivel de cualificación

Esta cualificación certifica que la persona es competente para:

CG-13-418-1 Gestionar procesos de ventas presenciales y digitales de productos y servicios, identificando mercados potenciales, aplicando estrategias de comercialización, experiencia de compra y atención omnicanal, mediante herramientas tecnológicas, técnicas de ventas y análisis de información comercial, de acuerdo con los procedimientos, políticas y objetivos de la organización, comunicándose de forma respetuosa y colaborando en la solución de problemas.

VI. Glosario de términos

Terminología asociada a la cualificación:

- **Fundamentos de estática descriptiva:** Conjunto de reglas, técnicas y modelos cuantitativos cuyo propósito es condensar y organizar grandes volúmenes de datos numéricos en resúmenes legibles (como promedios, porcentajes o variaciones). No busca predecir el futuro ni deducir causas, sino ofrecer una radiografía exacta y comprensible del estado actual o histórico de un conjunto de datos.
- **Métricas comerciales:** Indicadores numéricos diseñados para medir el rendimiento, la eficiencia y el impacto financiero de las actividades de ventas y mercadeo de una organización. Funcionan como el cuadro de mando de una empresa para evaluar si las estrategias captan clientes, generan ingresos y producen la rentabilidad esperada.
- **Omnicanal:** Estrategia de interacción y atención al cliente que integra todos los puntos de contacto disponibles (físicos y digitales) en una sola experiencia continua. Permite que una persona inicie una gestión en un canal (como una tienda virtual) y la continúe o finalice en otro (como una tienda física o chat) sin perder el historial ni la fluidez en el proceso.
- **Segmentación de mercado:** Proceso analítico de dividir un universo amplio de consumidores en subgrupos más homogéneos compartiendo rasgos comunes (necesidades, comportamientos, ubicación o capacidad de compra). Su objetivo es adaptar la oferta comercial y los mensajes de comunicación a las particularidades específicas de cada grupo en lugar de aplicar una estrategia masiva e indiferenciada.
- **Sistemas de gestión de relaciones con clientes:** Plataforma tecnológica y metodológica estructurada para registrar, organizar y centralizar todas las interacciones entre una empresa y sus clientes actuales o potenciales. Su fin es optimizar el seguimiento de ventas, personalizar la atención comercial y maximizar la retención mediante el análisis continuo del historial de cada usuario.
- **Técnicas de venta ampliada (Upselling):** Estrategia comercial y técnica de negociación mediante la cual un vendedor induce u ofrece al cliente la adquisición de un producto o servicio de mayor valor, calidad o una versión premium en comparación con la elección o intención de compra inicial. Fuente: Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.ª ed.). Pearson Educación.
- **Técnicas de venta complementaria:** Método de venta que consiste en proponer a un comprador potencial o actual la adquisición de productos o servicios adicionales, independientes pero vinculados de manera lógica, que complementan o añaden valor al artículo principal que se está adquiriendo. Fuente: Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (10.ª ed.). Pearson Educación.

MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL
COSTA RICA

Para más información haga clic aquí

www.cualificaciones.cr

Volver al INICIO

Retrocede

Volver al ÍNDICE