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 Comercial

Código 0414-13-01-2-02

Versión 02



Octubre 2026

EMPEZAR

Índice

I. Identificación de la cualificación 10

II. Descripción de las competencias específicas 13

III. Resultados de aprendizaje transversales a todas las competencias específicas 24

IV. Contexto laboral 24

V. Emisión de diploma 28

VI. Glosario de términos 29

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.

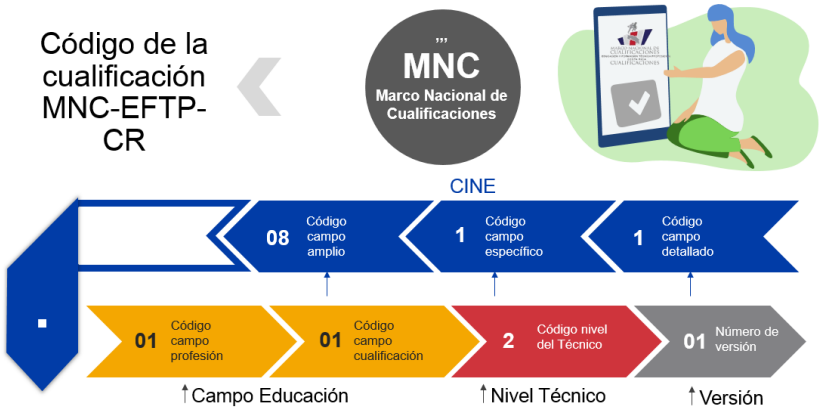
Los programas y certificaciones con los siguientes contenidos principales se clasifican aquí:

[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 presente cualificación responde a la necesidad de fortalecer la pertinencia y vigencia de las competencias requeridas para el desempeño de funciones asociadas a la gestión comercial, considerando las transformaciones que han experimentado los procesos de comercialización, mercadeo y relación con la clientela en los entornos físicos y digitales. Desde la aprobación de la versión anterior denominada Mercadeo Comercial (0414-13-01-2-01), se han evidenciado cambios significativos en las dinámicas del mercado laboral, impulsados por la adopción de tecnologías digitales, el crecimiento del comercio electrónico, el uso de herramientas de analítica de datos, la automatización de procesos comerciales y la consolidación de estrategias de comunicación omnicanal.

El proceso de actualización tuvo como propósito adecuar el referente técnico a las necesidades actuales del sector de comercio y mercadeo, ampliando el alcance de la cualificación desde una perspectiva centrada en el mercadeo comercial hacia un enfoque integral de gestión comercial. En este sentido, se revisaron y ajustaron la competencia general, las competencias específicas y los resultados de aprendizaje, incorporando nuevos elementos relacionados con marketing digital, experiencia de la clientela, investigación comercial apoyada en tecnologías digitales, análisis de datos, herramientas tecnológicas para la gestión de inventarios y abastecimiento, así como la toma de decisiones basada en indicadores comerciales.

La actualización se desarrolló de conformidad con la metodología y lineamientos establecidos por el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR), considerando el análisis de la versión anterior de la cualificación, la revisión de estándares nacionales e internacionales relacionados con la gestión comercial y el mercadeo, así como referentes provenientes de la educación, la formación técnica profesional y el sector socioproductivo. Este proceso permitió asegurar la correspondencia con el nivel de cualificación técnico 2, fortalecer la articulación con otras cualificaciones del Catálogo Nacional de Cualificaciones y responder a los requerimientos actuales de empleabilidad, productividad y competitividad del sector comercial.

Como resultado de esta actualización, la cualificación evoluciona desde Mercadeo Comercial hacia Gestión Comercial, manteniendo su vinculación con el campo detallado 0414 Mercadotecnia y Publicidad, pero incorporando competencias que reflejan las tendencias actuales del mercado y las demandas emergentes de las organizaciones en materia de comercialización, análisis de mercados, promoción digital, gestión de inventarios y experiencia de la clientela.

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
0414-13-01-2-01	Mercadeo Comercial	01	08/10/2026

Trazabilidad con versión anterior

Elemento de la cualificación	Versión anterior	Versión actual
Año aprobación	2020	2026
Código cualificación	0414-13-01-2-01	0414-13-01-2-02
Nombre cualificación	Mercadeo Comercial	Gestión comercial
Código CG	CG-13-0088-2	CG-13-419-2
CG	Desarrollar estrategias de mercadeo en puntos comerciales, según procedimientos y políticas establecidas por la organización, con ética y profesionalismo, coordinando con los equipos de trabajo para la solución de problemas y un ambiente de sana convivencia.	Desarrollar estrategias de gestión comercial en entornos físicos y digitales, mediante el análisis del comportamiento del consumidor, el uso de herramientas tecnológicas, marketing digital, promoción comercial, analítica de datos y experiencia de la clientela, según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales, actuando con ética, innovación y profesionalismo.
Código CE1	CE-13-0088-00334-2	CE-13-419-1809-2
CE1	Gestionar los inventarios en puntos comerciales, de acuerdo con las normas y políticas de la organización.	Gestionar inventarios y abastecimiento en puntos comerciales físicos y digitales mediante herramientas tecnológicas, análisis de rentabilidad y estrategias comerciales, según políticas y objetivos organizacionales.
Código CE2	CE-13-0088-00335-2	CE-13-419-1810-2
CE2	Ejecutar la planificación, coordinación implementación de e las estrategias de promoción en puntos comerciales, según políticas de la organización.	Ejecutar estrategias de promoción comercial y mercadeo digital en puntos comerciales físicos y digitales, mediante herramientas tecnológicas, analítica comercial y estrategias de comunicación omnicanal, según políticas establecidas.
Código CE3	CE-13-0088-00336-2	CE-13-419-1811-2
CE3	Desarrollar diagnósticos de necesidades, conducta de los	Desarrollar diagnósticos de tendencias del mercado y estrategias

	consumidores y acciones de los competidores, según plan de mercadeo.	de la competencia, mediante herramientas digitales, investigación comercial y análisis de datos, considerando estándares establecidos.

I. Identificación de la cualificación

1

Codificación Cualificación: 0414-13-01-2-02

2

Cualificación (Nombre): Gestión Comercial

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 2	**Versión:** 02

10

Fecha de aprobación: Octubre, 2026

11	12
Nivel de escolaridad requerido para el ingreso: Educación diversificada	**Nivel de escolaridad requerido para la titulación:** Educación diversificada

13

Competencia general: CG-13-419-2 Desarrollar estrategias de gestión comercial en entornos físicos y digitales, mediante el análisis del comportamiento del consumidor, el uso de herramientas tecnológicas, marketing digital, promoción comercial, analítica de datos y experiencia de la clientela, según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales, actuando con ética, innovación y profesionalismo.

14

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

0414-13-01-1-02 Gestión de ventas.

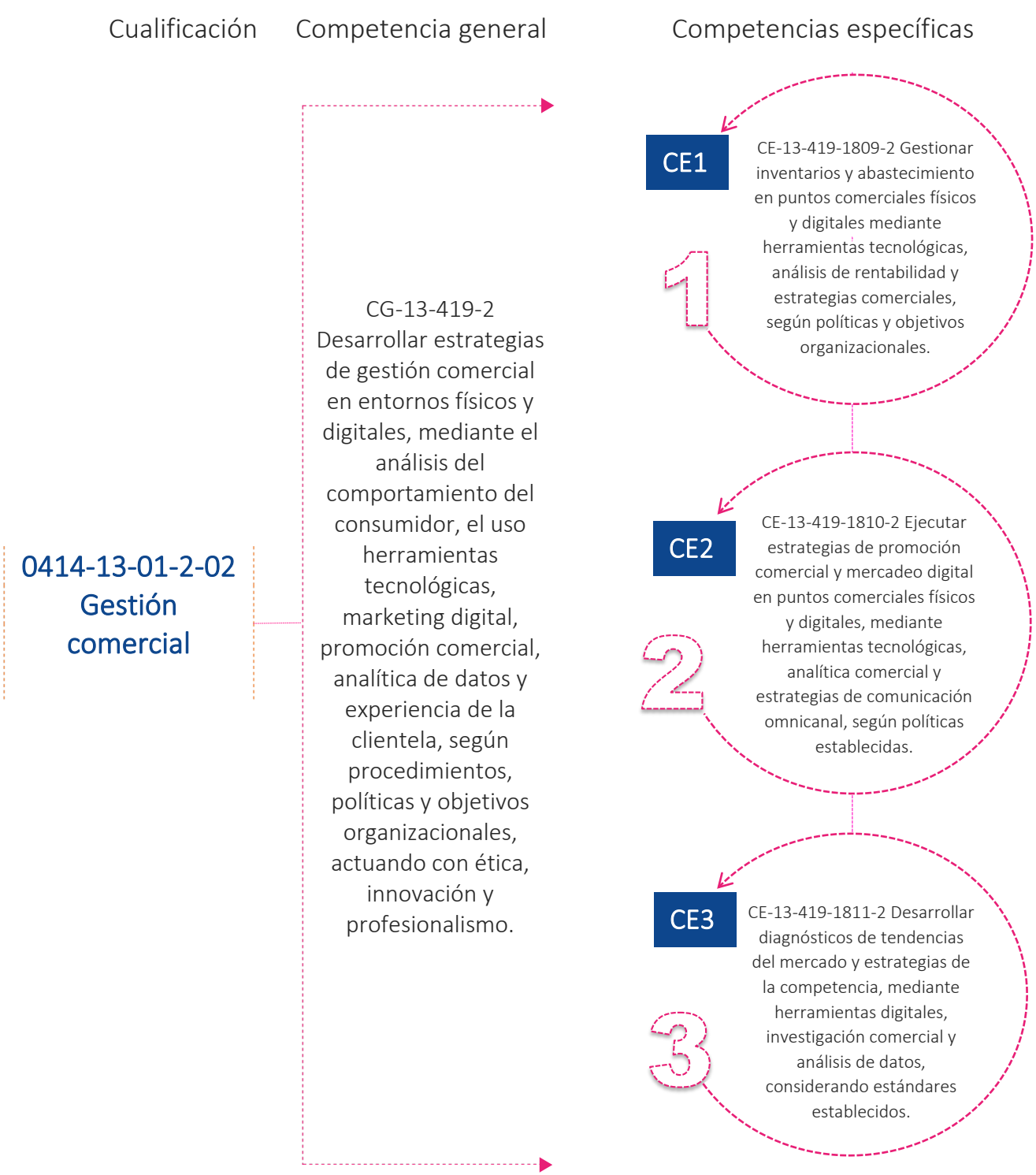
CE-13-418-1806-1 Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales mediante el análisis de información comercial, comportamiento de la clientela y utilización de herramientas tecnológicas, según procedimientos y objetivos organizacionales.

CE-13-418-1807-1 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.

CE-13-418-1808-1 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.

15

Mapa de cualificación:



II. Descripción de las competencias específicas

Competencias específicas (CE)	Resultados de aprendizaje[2]
	La persona es competente cuando: 1. Describe buenas prácticas de manejo, abastecimiento y control de productos en puntos comerciales físicos y digitales, según estándares de calidad y sostenibilidad establecidos. 2. Establece estrategias de rotación de productos, utilizando análisis de demanda y comportamiento de consumo, según políticas organizacionales. 3. Utiliza herramientas digitales, sistemas de planificación de recursos empresariales, plataformas comerciales y tecnologías aplicadas al control y gestión de inventarios, según procedimientos establecidos. 4. Verifica procesos de abastecimiento, rotación, trazabilidad y control de merma, considerando indicadores de gestión comercial. 5. Identifica productos de alta demanda y comportamiento de consumo, utilizando análisis comercial y datos de ventas, según procedimientos establecidos. 6. Emplea herramientas tecnológicas y dispositivos digitales en la gestión automatizada de inventarios y abastecimiento comercial, según procedimientos establecidos. 7. Planifica órdenes de pedido, considerando proyecciones de ventas, análisis de inventario y comportamiento del mercado. 8. Analiza la rentabilidad de puntos comerciales mediante indicadores de inventario, rotación,

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

ventas y desempeño comercial, según procedimientos establecidos.

9. Elabora informes digitales de inventario y abastecimiento, utilizando herramientas tecnológicas y métricas comerciales, según procedimientos establecidos.
10. Aplica estrategias de balanceo y optimización de la oferta comercial, considerando tendencias de consumo y objetivos de rentabilidad.
11. Aplica protocolos de coordinación logística y abastecimiento comercial, mediante el uso de herramientas tecnológicas y estrategias de optimización operativa, según procedimientos establecidos.

Evaluación del logro de la competencia específica N°1

Evidencias CE1

Conocimientos:[3]

- Buenas prácticas de manejo, abastecimiento y control de productos en puntos comerciales físicos y digitales.
- Productos de alta demanda y comportamiento de consumo.
- Análisis comercial y datos de ventas.
- Proyecciones de ventas.
- Análisis de inventario.
- Comportamiento del mercado.
- Tendencias de consumo.
- Objetivos de rentabilidad.

[3] Saberes disciplinarios

Desempeño:[4]

- Utiliza herramientas digitales, sistemas de planificación de recursos empresariales, plataformas comerciales y tecnologías aplicadas al control y gestión de inventarios.
- Verifica procesos de abastecimiento, rotación, trazabilidad y control de merma.
- Emplea herramientas tecnológicas y dispositivos digitales en la gestión automatizada de inventarios y abastecimiento comercial.
- Analiza la rentabilidad de puntos comerciales mediante indicadores de inventario, rotación, ventas y desempeño comercial.
- Aplica estrategias de balanceo y optimización de la oferta comercial.
- Aplica protocolos de coordinación logística y abastecimiento comercial.

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

Producto:

- Estrategias de rotación de productos establecidas.
- Órdenes de pedido planificadas.
- Informes digitales de inventario y abastecimiento elaborados.

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

[4] Aplicación, incluye ser y convivir

Competencias específicas (CE)



Resultados de aprendizaje

La persona es competente cuando:

1. Aplica estrategias de publicidad, relaciones públicas y mercadeo digital en la promoción de productos y servicios en entornos comerciales físicos y digitales, según políticas establecidas.
2. Emplea técnicas de comunicación comercial con proveedores y aliados comerciales mediante herramientas tecnológicas y plataformas colaborativas, según procedimientos establecidos.
3. Establece estrategias de fuerza de ventas y promoción comercial, considerando objetivos, comportamiento del consumidor y métricas comerciales.
4. Aplica procesos de selección, formación y coordinación del personal de ventas, considerando estrategias comerciales y competencias digitales.
5. Aplica técnicas de comunicación asertiva, liderazgo y trabajo colaborativo en procesos de asesoramiento comercial y coordinación de equipos de ventas, según procedimientos establecidos.
6. Verifica la colocación estratégica de productos y materiales promocionales aplicando criterios de promoción comercial y experiencia de compra, según procedimientos establecidos.
7. Establece elementos promocionales y estrategias de exhibición comercial, considerando criterios de marca, experiencia del cliente y comportamiento del consumidor.
8. Analiza el ciclo de vida de productos y servicios requeridos en la toma de decisiones comerciales y estrategias promocionales, considerando los objetivos establecidos.
9. Aplica técnicas de exhibición, promoción y organización comercial, considerando

rentabilidad, experiencia de compra e imagen de marca.

10. Evalúa eventos promocionales y campañas comerciales, mediante indicadores de desempeño y objetivos estratégicos de mercadeo, según objetivos establecidos.
11. Planifica campañas promocionales integrando herramientas digitales, estrategias omnicanal y objetivos del plan de mercadeo, según objetivos establecidos.
12. Diseña campañas promocionales y estrategias de mercadeo comercial de productos y servicios, mediante canales físicos y digitales de comunicación, considerando los objetivos establecidos.
13. Interpreta resultados de campañas promocionales y estrategias de mercadeo, mediante métricas comerciales, analítica digital e indicadores de desempeño, según objetivos establecidos.
14. Elabora informes técnicos y dashboards comerciales, utilizando herramientas digitales para la evaluación de resultados promocionales y toma de decisiones estratégicas.

Evaluación del logro de la competencia específica N°2

Evidencias CE2

Conocimientos:

- Objetivos, comportamiento del consumidor.
- Métricas comerciales.
- Estrategias comerciales.
- Competencias digitales.
- Criterios de marca.

- Experiencia del cliente.
- Comportamiento del consumidor.
- Rentabilidad.
- Experiencia de compra.
- Imagen de marca.
- Analítica digital.
- Indicadores de desempeño.

Desempeño:

- Aplica estrategias de publicidad, relaciones públicas y mercadeo digital en la promoción de productos y servicios en entornos comerciales físicos y digitales.
- Emplea técnicas de comunicación comercial con proveedores y aliados comerciales mediante herramientas tecnológicas y plataformas colaborativas.
- Aplica procesos de selección, formación y coordinación del personal de ventas.
- Aplica técnicas de comunicación asertiva, liderazgo y trabajo colaborativo en procesos de asesoramiento comercial y coordinación de equipos de ventas.
- Verifica la colocación estratégica de productos y materiales promocionales aplicando criterios de promoción comercial y experiencia de compra.
- Analiza el ciclo de vida de productos y servicios requeridos en la toma de decisiones comerciales y estrategias promocionales.
- Aplica técnicas de exhibición, promoción y organización comercial.
- Evalúa eventos promocionales y campañas comerciales, mediante indicadores de desempeño y objetivos estratégicos de mercadeo.

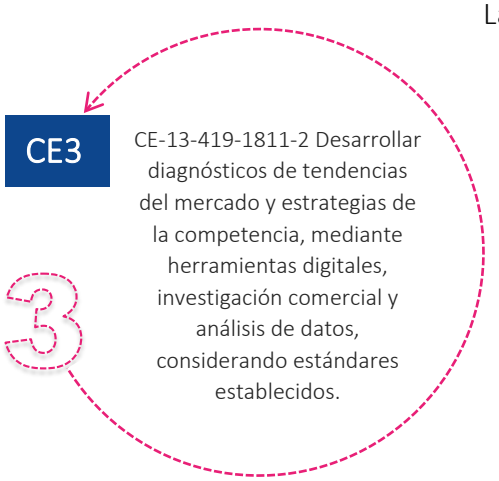
Nota: Los desempeños los realiza según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales.

Producto:

- Estrategias de fuerza de ventas y promoción comercial establecidas.
- Elementos promocionales y estrategias de exhibición comercial establecidos.
- Campañas promocionales integrando herramientas digitales, estrategias omnicanal y objetivos del plan de mercadeo planificadas.
- Campañas promocionales y estrategias de mercadeo comercial de productos y servicios diseñadas.
- Resultados de campañas promocionales y estrategias de mercadeo interpretados.
- Informes técnicos y dashboards comerciales elaborados.

Nota: Los productos los realiza según políticas establecidas.

Competencias específicas (CE)



Resultados de aprendizaje

La persona es competente cuando:

1. Identifica fundamentos de estadística descriptiva, analítica comercial y métricas digitales, aplicadas a procesos de mercadeo y comportamiento del consumidor, considerando estándares establecidos.
2. Analiza los factores que determinan el comportamiento de compra y experiencia del consumidor en entornos físicos y digitales, mediante herramientas de investigación comercial, considerando estándares establecidos.
3. Describe las etapas requeridas en el desarrollo de diagnósticos comerciales, análisis del consumidor y benchmarking competitivo, utilizando metodologías de investigación de mercados, considerando estándares establecidos.
4. Caracteriza técnicas e instrumentos digitales y tradicionales requeridos en la recolección de información comercial, considerando análisis de consumidores y evaluación de competidores.
5. Planifica procesos de investigación comercial y aplicación de instrumentos digitales, utilizando herramientas tecnológicas y plataformas de análisis de datos, considerando estándares establecidos.
6. Diseña instrumentos digitales y estrategias de investigación comercial, requeridos en el análisis de necesidades, considerando comportamiento del consumidor y tendencias de mercado
7. Utiliza tecnologías digitales, sistemas de mercadeo y herramientas de analítica comercial requeridas en el desarrollo de diagnósticos estratégicos y toma de decisiones

de mercadeo, considerando estándares establecidos.

8. Analiza resultados de investigaciones comerciales, métricas digitales y comportamiento del consumidor, requeridos en la toma de decisiones estratégicas de mercadeo, considerando estándares establecidos.
9. Elabora propuestas estratégicas orientadas a mejorar la rentabilidad, experiencia del cliente y posicionamiento comercial, mediante análisis de mercado y tendencias de consumo, considerando estándares establecidos.
10. Elabora informes técnicos y dashboards comerciales, requeridos en la presentación de resultados y recomendaciones estratégicas de mercadeo, utilizando herramientas digitales, considerando estándares establecidos.

Evaluación del logro de la competencia específica N°3

Evidencias CE3

Conocimientos:

- Fundamentos de estadística descriptiva.
- Analítica comercial.
- Métricas digitales.
- Procesos de mercadeo.
- Comportamiento del consumidor.
- Herramientas de investigación comercial.
- Etapas para el desarrollo de diagnósticos comerciales.
- Análisis del consumidor.
- Benchmarking competitivo.

- Metodologías de investigación de mercados.
- Tendencias de mercado.
- Diagnósticos estratégicos.
- Análisis de mercado.
- Tendencias de consumo.

Desempeño:

- Analiza los factores que determinan el comportamiento de compra y experiencia del consumidor en entornos físicos y digitales.
- Caracteriza técnicas e instrumentos digitales y tradicionales requeridos en la recolección de información comercial, análisis de consumidores y evaluación de competidores.
- Utiliza tecnologías digitales, sistemas de mercadeo y herramientas de analítica comercial requeridas en el desarrollo de diagnósticos estratégicos y toma de decisiones de mercadeo.
- Analiza resultados de investigaciones comerciales, métricas digitales y comportamiento del consumidor.

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

Producto:

- Procesos de investigación comercial y aplicación de instrumentos digitales planificados.
- Instrumentos digitales y estrategias de investigación comercial diseñados.
- Propuestas estratégicas orientadas a mejorar la rentabilidad, experiencia del

cliente y posicionamiento comercial elaboradas.
- Informes técnicos y dashboards comerciales elaborados.

Nota: Los productos los realiza considerando estándares establecidos.

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

Uso de tecnologías

- Aplica TIC propias de su función para mejorar eficiencia.

Enfoque en resultados

- Orienta su desempeño al logro de resultados funcionales.

Análisis de datos

- Interpreta datos operativos simples para apoyar su función.

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

[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.

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.° 8968, Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales.
- Ley N.° 3284, Código de Comercio de Costa Rica.
- Ley N.° 5395, Ley General de Salud.
- Ley N.° 6227, Ley General de la Administración Pública.
- Ley N.° 8039, Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual.
- Ley N.° 6683, Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.
- Ley N.° 7975, Ley de Información No Divulgada.
- Normativa aplicable sobre publicidad, promoción comercial y protección de las personas consumidoras.

19

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

- Departamentos de mercadeo, comercialización, publicidad y ventas en organizaciones públicas y privadas.
- Agencias de publicidad, relaciones públicas y marketing.
- Empresas de investigación de mercados y consultoría comercial.
- Empresas comerciales, industriales y de servicios.
- Puntos de venta y empresas de retail.
- Organizaciones que desarrollan estrategias de promoción, comunicación y análisis de mercados.

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-2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización.
- COCR-2432 Profesionales de relaciones públicas.
- COCR-3316 Técnicos y asistentes en administración y en economía.
- COCR-3711 Técnicos y asistentes en relaciones públicas y publicidad.
- COCR-4227 Entrevistadores de encuestas e investigaciones de mercado.
- COCR-3322 Representantes comerciales.
- COCR-5223 Asistentes de ventas de tiendas y almacenes.

Otros referentes consultados

- Analista de Mercadeo.
- Asistente de Mercadeo.
- Coordinador de Mercadeo.
- Gestor de Mercadeo Digital.
- Asistente de Investigación de Mercados.
- Ejecutivo de Cuenta en Mercadeo y Publicidad.
- Asistente de Trade Marketing.
- Coordinador de Promociones y Exhibición Comercial.
- Community Manager Junior.

21

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

- 0414-13-01-1-02 Gestión de ventas.
- 0414-13-01-3-02 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 Comercial 0414-13-01-2-02	TÉCNICO 2
Nombre de la cualificación	Nivel de cualificación

Esta cualificación certifica que la persona es competente para:

CG-13-419-2 Desarrollar estrategias de gestión comercial en entornos físicos y digitales, mediante el análisis del comportamiento del consumidor, el uso de herramientas tecnológicas, marketing digital, promoción comercial, analítica de datos y experiencia de la clientela, según procedimientos, políticas y objetivos organizacionales, actuando con ética, innovación y profesionalismo.

VI. Glosario de términos

Terminología asociada a la cualificación:

- **Analítica comercial:** Disciplina centrada en el examen cuantitativo del comportamiento del comprador, la efectividad del embudo de ventas y el desempeño de los canales de distribución. Su meta es descubrir patrones transaccionales para predecir hábitos de consumo y justificar el retorno financiero de la inversión publicitaria.
- **Analítica digital:** El análisis cualitativo y cuantitativo de datos de un sitio web, plataformas móviles o canales digitales con el objetivo de monitorizar el comportamiento de los usuarios, medir la efectividad de las interacciones online y potenciar la mejora continua de la experiencia del cliente y la tasa de conversión. Fuente: Kaushik, A. (2010). Analítica Web 2.0: El arte del análisis de resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Anaya Multimedia.
- **Benchmarking competitivo:** Técnica de gestión estratégica que consiste en la medición y comparación sistemática de los productos, servicios, procesos y prácticas comerciales de una organización frente a sus competidores directos más fuertes, con el propósito de identificar brechas de rendimiento e implementar mejoras significativas. Fuente: Spendolini, M. J. (2005). The Benchmarking Book (2.ª ed.). AMACON.
- **Control de merma:** Conjunto de procedimientos, auditorías y metodologías de supervisión orientados a identificar, prevenir y reducir las pérdidas de inventario o recursos provocadas por robos, deterioros, errores administrativos o caducidad. Su fin es proteger el margen operativo y garantizar la concordancia entre los registros contables y las existencias reales.
- **Dashboards comerciales:** Interfaces visuales e interactivas que consolidan y muestran en tiempo real las métricas de rendimiento clave (KPIs) de las ventas. Su propósito principal es simplificar la lectura de datos complejos para facilitar decisiones operativas e interpretar el estado de los objetivos de negocio de forma rápida e intuitiva.
- **Estrategias de fuerza de ventas:** Planes estructurados de dirección, capacitación, asignación de territorios y esquemas de incentivos diseñados para maximizar la productividad del equipo comercial. Buscan alinear el trabajo directo de los vendedores con los objetivos financieros globales de la empresa para optimizar la conversión de prospectos a clientes.
- **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.

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