

I.- Datos Generales

Código

Título

Implementación de estrategias con Marketing, utilizando IA para la Alta Dirección en PyME's

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que dirigen, planean, organizan, controlan y optimizan el marketing de una PYME mediante herramientas de inteligencia artificial generativa y analítica, asegurando cumplimiento normativo, protección de datos, control de calidad y rentabilidad de las acciones de marketing.

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 Estándar de Competencia describe el desempeño de las personas que dirigen el marketing de una PYME con apoyo de inteligencia artificial. Considera la integración de IA en las fases de investigación, estrategia, producción de contenidos y optimización; la definición de procesos, roles, lineamientos y un sistema de medición basado en indicadores clave de rendimiento y retorno sobre la inversión; así como el uso ético, responsable y rentable de las herramientas digitales disponibles.

El presente EC se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: 3

Desempeña una amplia gama de pasos tanto programados como impredecibles, que implican la aplicación de un rango variado de principios fundamentales y técnicas complejas.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló

Logística Portuaria en Veracruz

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:

Fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación:

Periodo sugerido de revisión /actualización del EC:

2 años

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo con el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO)

Grupo unitario

2112 Especialistas y consultores en mercadotecnia, publicidad, comunicación y comercio exterior.

Ocupaciones asociadas

Consultor, asesor, investigador y analista en publicidad y relaciones públicas.

Publicista diseñador.

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

Desarrollador de Prompts de AI.

Mercadólogo

Diseñador

Emprendedores

Inmobiliarios

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

Sector:

54 Servicios profesionales, científicos y técnicos.

Subsector:

541 Servicios profesionales, científicos y técnicos.

Rama:

5419 Otros servicios profesionales, científicos y técnicos.

Subrama:

54199 Otros servicios profesionales, científicos y técnicos.

Clase:

541990 Otros servicios profesionales, científicos y técnicos.

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

- Instituto Trainmar, S.C.
- Grupo logística Internacional del Golfo, S.C.
- Asociación Trainmar, S.C.

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:

- Computadora
- Proyector

- Internet
- Escritorio

Duración estimada de la evaluación

- 2 horas en gabinete y 30 minutos en campo, totalizando 2 horas 30 minutos

Referencias de Información

-

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia

Implementación de estrategias con Marketing, utilizando IA para la Alta Dirección en PyME's

Elemento 1 de 3

Diagnosticar y definir la estrategia de marketing con IA

Elemento 2 de 3

Diseñar e implementar el sistema operativo de marketing aumentado con IA

Elemento 3 de 3

Medir, optimizar y escalar la estrategia con base en datos

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 3		Diagnosticar y definir la estrategia de marketing con IA

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Levanta información del negocio para delimitar los objetivos de marketing:
 - Identificando la oferta, el margen y la capacidad operativa de la PYME,
 - Identificando los ciclos de venta y la estacionalidad del negocio, y
 - Delimitando los objetivos de marketing alineados a los resultados de negocio.
2. Define público objetivo y segmentación del mercado:
 - Determinando el perfil del buyer persona/ICP mediante investigación asistida por IA,
 - Validando los segmentos con datos reales de CRM, ventas y analítica, y
 - Definiendo los criterios de segmentación prioritarios para la PYME.
3. Formula propuesta de valor, mensajes y arquitectura de contenidos:
 - Redactando los mensajes clave por segmento de mercado,
 - Definiendo la arquitectura de contenidos temas/formatos/canales, y
 - Verificando la coherencia entre la propuesta de valor y la capacidad operativa
4. Define los KPIs y metas del embudo completo de marketing:
 - Estableciendo los indicadores por etapa CAC/CPL/CPA/ROAS/LTV/conversión,
 - Formulando las hipótesis y supuestos a probar en el período, y
 - Determinando la línea base de medición para cada indicador.
5. Establece los criterios de uso responsable de IA en marketing:
 - Definiendo las actividades de marketing que pueden automatizarse con IA,
 - Definiendo las actividades que requieren revisión humana obligatoria, y
 - Determinando las reglas de protección de datos y transparencia aplicables.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El diagnóstico ejecutivo elaborado:
 - Contiene el análisis de la oferta, el margen y la capacidad operativa,
 - Contiene los hallazgos de mercado y las oportunidades identificadas, y
 - Presenta una extensión de una a tres páginas con conclusiones ejecutivas.
2. El documento de estrategia de marketing elaborado:
 - Contiene los objetivos, los segmentos y los mensajes clave por canal,
 - Contiene el plan de acción a noventa días con responsables y tiempos, y
 - Es congruente con la capacidad operativa y los recursos de la PYME.

3. La matriz de KPIs y tablero de seguimiento elaborado:
 - Contiene los indicadores por etapa del embudo de marketing,
 - Contiene las metas definidas y la línea base de medición, y
 - Se encuentra disponible en formato digital para consulta del equipo.
4. La guía de uso responsable de IA elaborada:
 - Contiene los criterios de automatización permitida por tipo de actividad,
 - Contiene las reglas de calidad, privacidad y transparencia aplicables, y
 - Incluye los límites de uso de IA y los procesos de revisión humana definidos.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

NIVEL

- | | |
|--|--------------|
| 1. Embudo y métricas CAC/CPL/CPA/ROAS/LTV/conversión por etapa. | Conocimiento |
| 2. Fundamentos de IA generativa: limitaciones, alucinaciones, sesgos. | Conocimiento |
| 3. Principios de brief creativo y validación de estrategias con datos | Conocimiento |
| 4. Investigación de mercados y análisis de buyer persona asistido por IA. | Conocimiento |
| 5. Marcos de gobernanza y uso ético de herramientas de IA en organizaciones. | Conocimiento |

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

- | | |
|---------------------|---|
| 1. Responsabilidad: | La manera en que usa y protege la información y reputación de marcas. |
|---------------------|---|

GLOSARIO

- | | |
|---------|---|
| 1. CRM | (Customer Relationship Management o Gestión de Relaciones con el Cliente) es un software y una estrategia empresarial que centraliza toda la información de tus clientes y prospectos en un solo lugar. Sirve para gestionar ventas, automatizar tareas y mejorar la atención al cliente. |
| 2. ROAS | (Return On Advertising Spend o Retorno sobre el Gasto Publicitario) es una Clave métrica en marketing digital que indica cuántos ingresos brutos genera tu negocio por cada dólar, peso o euro invertido en anuncios. |
| 3. CPL | (Coste por Lead) es una métrica de marketing que mide cuánto cuesta adquirir un cliente potencial (alguien que completa un formulario, se registra o solicita información). |

Referencia

Código

Título

2 de 3

Diseñar e implementar el sistema operativo de marketing aumentado con IA

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Diseña el proceso operativo de marketing de extremo a extremo:
 - Mapeando las etapas de briefing/producción/revisión/publicación/medición/mejora,
 - Estableciendo los tiempos de ciclo y los responsables por etapa, y
 - Verificando la viabilidad del proceso con los recursos humanos y tecnológicos disponibles.
2. Define los roles y las reglas de operación del equipo de marketing:
 - Asignando las funciones de dueño del proceso/creador/revisor/analista,
 - Estableciendo las reglas de aprobación y los niveles de autorización por tipo de contenido, y
 - Documentando las responsabilidades de cada rol en el proceso operativo.
3. Construye la biblioteca operativa de marketing con IA:
 - Elaborando los prompts base por tipo de contenido y canal,
 - Elaborando las guías de voz de marca y estilo de comunicación, y
 - Elaborando los checklists de calidad y las plantillas de producción.
4. Integra las herramientas del ecosistema de marketing con IA:
 - Seleccionando las herramientas de IA/diseño/video/analítica conforme a las necesidades del proyecto,
 - Estableciendo el control de versiones y los respaldos de los activos digitales, y
 - Verificando la compatibilidad y la integración operativa entre las herramientas seleccionadas.
5. Implementa un plan de capacitación interna del equipo de marketing:
 - Diseñando el programa de adopción tecnológica para el equipo,
 - Definiendo los indicadores de autosuficiencia operativa esperados, y
 - Ejecutando las sesiones de capacitación y registrando el avance por colaborador.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El mapa de proceso y calendario editorial elaborado:
 - Contiene el flujo completo de producción y publicación de contenidos,
 - Contiene la asignación de roles y los tiempos de ciclo por etapa, y
 - Cubre un horizonte mínimo de cuatro semanas con fechas y responsables.
2. La biblioteca operativa de marketing elaborada:
 - Contiene los prompts base clasificados por tipo de contenido y canal,
 - Contiene las guías de voz de marca y estilo de comunicación, y
 - Contiene los checklist de calidad y las plantillas de producción.

3. El Checklist de cumplimiento elaborado:
 - Incluye los criterios de derechos de autor y uso autorizado de imágenes,
 - Incluye los criterios de protección de datos personales aplicables, y
 - Incluye los disclaimers y validaciones requeridas por canal de publicación.
4. El plan de capacitación y adopción tecnológica elaborado:
 - Contiene el programa de formación con temas, tiempos y responsables,
 - Contiene los criterios de autosuficiencia operativa esperados por rol, y
 - Contiene el registro de avance y los indicadores de adopción del equipo.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

NIVEL

- | | |
|---|--------------|
| 1. Gestión de proyectos de marketing: tableros, sprints y priorización de actividades. | Comprensión |
| 2. Control de calidad de contenidos: consistencia de tono, voz y coherencia de marca. | Conocimiento |
| 3. Riesgos legales en marketing digital: derechos de autor, uso de imagen y datos personales. | Comprensión |
| 4. Herramientas de IA generativa para contenido escrito, visual y audiovisual. | Conocimiento |
| 5. Ecosistemas de herramientas de marketing digital y criterios de integración. | Conocimiento |

Referencia

Código

Título

3 de 3

Medir, optimizar y escalar la estrategia con base en datos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Da seguimiento a los KPIs del embudo de marketing:
 - Revisando semanalmente los indicadores por etapa del embudo,
 - Identificando los cuellos de botella y las desviaciones respecto a las metas definidas, y
 - Registrando los hallazgos y acciones en el tablero de seguimiento.
2. Ejecuta experimentos de optimización de la estrategia:
 - Diseñando pruebas A/B por canal, mensaje o formato de contenido,
 - Registrando los aprendizajes y resultados en la bitácora de experimentos, y
 - Determinando los ajustes a implementar con base en la evidencia obtenida.
3. Ajusta la estrategia de marketing con base en el rendimiento:
 - Reasignando el presupuesto a los canales y formatos de mayor rendimiento,
 - Actualizando los mensajes y los segmentos conforme a los datos obtenidos, y
 - Documentando las decisiones tomadas y las justificaciones correspondientes.
4. Reporta los resultados de marketing a la dirección general:
 - Elaborando el reporte mensual con narrativa ejecutiva de resultados e impacto,

- Presentando los indicadores de ventas/prospectos/retención y los próximos pasos, y
 - Comunicando los riesgos y oportunidades identificados en el período
5. Evalúa el desempeño del uso de IA en el proceso de marketing:
- Midiendo los tiempos ahorrados y la calidad de los entregables generados con IA,
 - Registrando las incidencias, errores y riesgos detectados en el uso de herramientas de IA, y
 - Determinando los ajustes al uso de IA conforme a los resultados e incidencias del período.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El reporte mensual de marketing elaborado:
 - Contiene los KPIs del período, los insights identificados y las decisiones tomadas,
 - Contiene el plan de acción para el período siguiente con responsables y fechas, y
 - Presenta una extensión de una a dos páginas con narrativa ejecutiva.
2. La bitácora de experimentos elaborada:
 - Registra las hipótesis, las variables probadas y los resultados obtenidos,
 - Registra los aprendizajes y las decisiones derivadas de cada experimento, y
 - Se encuentra disponible para consulta y reutilización por el equipo.
3. La recomendación de escalamiento elaborada:
 - Contiene la justificación basada en datos de rendimiento del período,
 - Contiene la propuesta de presupuesto, equipo y automatizaciones requeridas, y
 - Es congruente con la capacidad operativa y los objetivos estratégicos de la PYME.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

1. Métricas de marketing y ventas con modelos de atribución práctica para PYME.
2. Lectura e interpretación de tableros de datos para la toma de decisiones.
3. Diseño, ejecución y análisis de experimentos A/B en canales digitales.
4. Modelos de escalamiento de operaciones de marketing y planificación de presupuesto.
5. Evaluación del impacto y riesgos del uso de IA en procesos de negocio.

NIVEL

Conocimientos

Comprensión