

I.- Datos Generales

Código	Título
EC1848	Prestación de servicios de consultoría en mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que se desempeñan como consultores desarrollando contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial (IA) en micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), abarcando desde la planeación de la estrategia de mercadotecnia digital, la generación del contenido digital en formatos de texto, imagen, audio y video y la implementación de campañas en las plataformas digitales mediante la publicación del contenido generado, hasta la propuesta de optimización del contenido a partir de los resultados alcanzados.

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

El presente EC contempla las funciones sustantivas que realiza una persona al desarrollar contenido de mercadotecnia digital con IA en MiPyMEs lo cual incluye planificar la estrategia de contenido de mercadotecnia digital mediante la documentación del levantamiento de información clave de la MiPyME, el diseño y la validación de la estrategia de contenido de mercadotecnia digital de la MiPyME; generar contenido de mercadotecnia digital con herramientas de IA mediante la creación y documentación del portafolio de contenidos de texto, imagen, audio y video con herramienta/plataforma de IA así como su validación ante la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME; implementar la estrategia de mercadotecnia digital mediante la publicación del contenido generado con IA en la campaña de mercadotecnia digital, habilitando a la persona responsable de la mercadotecnia digital en la MiPyME en el proceso operativo de publicación y programación de contenidos y documentando la bitácora de la implementación y la guía operativa de publicación para la MiPyME; así como optimizar el contenido de mercadotecnia digital mediante la documentación del reporte de desempeño del contenido publicado, la documentación del plan de optimización y la presentación de ambos para su validación ante la persona responsable de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

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: Tres

Desempeña actividades programadas que, en su mayoría, son rutinarias y predecibles. Depende

de instrucciones de un superior. Se coordina con compañeros del mismo nivel jerárquico.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló

de la Asociación Latinoamericana de Profesionales en Seguridad de la Información

**Fecha de aprobación por el Comité
Técnico del CONOCER:**

24 de septiembre de 2026

**Fecha de publicación en el Diario Oficial
de la Federación:**

**Periodo sugerido de
actualización del EC:**

2 años

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

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

2271 Desarrolladores y analistas de software y multimedia.

2511 Auxiliares en administración, mercadotecnia, comercialización y comercio exterior.

2543 Diseñadores gráficos.

Ocupaciones asociadas

Consultor, asesor, investigador y/o analista en mercadotecnia, comercialización o comercio exterior.

Publicista diseñador.

Asesor y consultor informático.

Auxiliar y técnico en mercadotecnia, comercialización y publicidad.

Diseñador gráfico publicista (técnico).

Diseñador publicitario (técnico).

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

Consultor de marketing digital.

Consultor de IA para MiPyMEs.

Consultor de crecimiento de mercadotecnia (*growth marketing*).

Consultor en transformación digital enfocado en marketing.

Administrador de plataformas digitales/redes sociales.

Diseñador de contenidos de marketing digital con IA.

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:

5416 Servicios de consultoría administrativa, científica y técnica.

Subrama:

54161 Servicios de consultoría en administración.

Clase:

541610 Servicios de consultoría en administración

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

- Asociación Latinoamericana de Profesionales en Seguridad Informática, A. C. (ALAPSI)
- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
- Fundación para el Desarrollo Económico y Social, A. C. (FUNDES)
- Instituto Estatal de Capacitación del Estado de Guanajuato (IECA)
- Sistema Avanzado de Bachillerato y Educación Superior en el Estado de Guanajuato (SABES)
- Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)
- Universidad Tecnológica de Huejotzingo (UTH)

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.
- La evaluación podrá realizarse de manera presencial o remota mediante el uso de plataformas de videoconferencia, colaboración y comunicación unificada que permitan la interacción a través de audio y video.

Apoyos/Requerimientos:

- Una computadora con acceso a internet de banda ancha;
- Acceso a información clave de una MiPyME relacionada con los productos/servicios que promueve mediante mercadotecnia digital y metas comerciales por un periodo de tiempo.
- Acceso a herramientas/plataformas de IA generativa y analítica para contenidos de texto, imagen, audio y video.
- Acceso a dos plataformas digitales de gestión de redes sociales en las que tiene presencia la MiPyME.

- Una plataforma de videoconferencia, colaboración y comunicación unificada que permita la interacción a través de audio y video en caso de evaluación remota.

Duración estimada de la evaluación

2 horas en gabinete y 2.5 horas en campo, totalizando 4.5 horas

Referencias de Información

- Bly, R. W. (2020). *The copywriter's handbook: A step-by-step guide to writing copy that sells* (4.ª ed.). Henry Holt/St. Martin's Griffin.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2025). *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares* [nueva ley]. DOF, 20 de marzo de 2025.
- Cámara de Diputados, C. (2020). *Ley Federal de protección a la propiedad industrial*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI.pdf>
- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8.ª ed.). Pearson Education.
- CONOCER. (2025). *EC1705: Uso básico de herramientas de IA generativa para creación de contenido digital*. DOF.
- DAIR.AI. (2024). *Prompt engineering guide*. <https://www.promptingguide.ai/>
- Etzebarria Tobías, O., & Orrantia Etzebarria, I. (2024). *Inteligencia artificial para pymes: Aplica la IA y haz crecer tu empresa*. Anaya Multimedia.
- Global Partnership on Artificial Intelligence [GPAI]. (2024). *Broad adoption of AI by SMEs: Overview of 2023 activities and 2024 outlook*. OECD.AI. <https://oecd.ai/en/wonk/documents/broad-adoption-of-ai-by-smes-overview-of-2023-activities-and-2024-outlook>
- Google. (2025a). *Certificado profesional de Google en marketing digital y comercio electrónico* [Programa en español]. Coursera. <https://www.coursera.org/professional-certificates/certificado-de-carrera-de-google-marketing-digital-e-e-commerce>
- Google. (2025b). *Fundamentos de marketing digital* [Curso en línea con certificación]. Skillshop. <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/1830727>
- Grewal, D., Satornino, C. B., Davenport, T., Guha, A., Peltier, J. W., Raghunath, S. y Viglia, G. (2024). How generative AI is shaping the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 52, 1–17. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01064-3>
- Handley, A. (2022). *Everybody writes: Your new and improved go-to guide to creating ridiculously good content* (2.ª ed.). Wiley.
- Hemann, C. y Burbary, K. (2018). *Digital marketing analytics: Making sense of consumer data in a digital world* (2.ª ed.). Que Publishing / Pearson.
- Honorable Congreso de la Unión. (2020, 1 de julio). *Ley Federal del Derecho de Autor*. Diario Oficial de la Federación. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Ley_Federal_del_Derecho_de_Autor.pdf
- HubSpot Academy. (2025). *Certificaciones gratuitas de marketing digital, content marketing e inbound marketing* [Plataforma en español]. <https://academy.hubspot.com/es/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2024). *Encuesta Nacional de Digitalización de Negocios (EDN) 2023*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/EDN/EDN2023.pdf>
- Kohavi, R., Tang, D. y Xu, Y. (2020). *Trustworthy online controlled experiments: A practical guide to A/B testing*. Cambridge University Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

- Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited: A common sense approach to web usability* (3.ª ed.). New Riders / Pearson.
- Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (2023). DOF 30/12/2002, última reforma 20/10/2023.
- Meta. (2025). *Meta ads guide: Especificaciones técnicas y políticas de publicidad*. <https://www.facebook.com/business/ads-guide/update>
- Mollick, E. (2024). *Co-intelligence: Living and working with AI*. Portfolio/Penguin.
- NIST. (2023). *AI Risk Management Framework (AI RMF 1.0)*. National Institute of Standards and Technology. <https://www.nist.gov/itl/ai-risk-management-framework>
- OCDE. (2024a). *Generative AI and the SME workforce*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/generative-ai-and-the-sme-workforce_2d08b99d-en.html
- OCDE. (2024b). *OECD Principles on Artificial Intelligence* (actualización mayo 2024). <https://oecd.ai/en/ai-principles>
- OCDE. (2024c). *Recomendación del Consejo sobre Inteligencia Artificial – Principios de la OCDE sobre IA*. <https://oecd.ai/en/ai-principles>
- OCDE. (2025). *AI adoption by small and medium-sized enterprises*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/12/ai-adoption-by-small-and-medium-sized-enterprises_9c48eae6/426399c1-en.pdf
- Organización Internacional de Normalización. (2011). *Ingeniería de sistemas y software — Modelos de calidad de producto* (ISO/IEC 25010:2011). <https://www.iso.org/standard/35733.html>
- Phillips, J. J. y Phillips, P. P. (2022). *ROI basics* (2.ª ed.). Association for Talent Development.
- Quesenberry, K. A. y Coolsen, M. K. (2023). *Brand storytelling: Integrated marketing communications for the digital media landscape*. Rowman & Littlefield.
- Sahoo, P., Singh, A. K., Saha, S., Jain, V., Mondal, S., & Chadha, A. (2024). *A systematic survey of prompt engineering in large language models: Techniques and applications*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2402.07927>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación [SCJN]. (2025). *Amparo Directo 6/2025. Segunda Sala. Resolución sobre la no registrabilidad de obras generadas exclusivamente por inteligencia artificial bajo la Ley Federal del Derecho de Autor*. <https://transparencia-ciudadana.scjn.gob.mx/resoluciones-relevantes-de-la-SCJN/derechos-digitales/ad-6-2025>
- Tuten, T. L. (2024). *Social media marketing* (5.ª ed.). SAGE Publications.
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. <https://www.unesco.org/en/artificial-intelligence/recommendation-ethics>
- WhatsApp. (2025). *WhatsApp Business: Herramientas y recursos para negocios*. <https://business.whatsapp.com/>
- World Intellectual Property Organization. (2024). *Generative AI: Navigating intellectual property* (RN2024-8EN). WIPO. <https://doi.org/10.34667/tind.49065>

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia

Prestación de servicios de consultoría en mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

Elemento 1 de 4

Planificar la estrategia de contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

Elemento 2 de 4

Generar contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

Elemento 3 de 4

Implementar la estrategia de contenido mercadotecnia digital en la MiPyME

Elemento 4 de 4

Optimizar el contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 4	E5881	Planificar la estrategia de contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra el siguiente:

DESEMPEÑO

1. Valida la estrategia de contenido de mercadotecnia digital en la MiPyME utilizando IA:
 - Presentando la estrategia diseñada ante la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME,
 - Utilizando un lenguaje claro y acorde a la audiencia que describa los tecnicismos de la especialidad,
 - Aclarando las dudas que se presenten/solicitando retroalimentación acerca de la propuesta presentada, y
 - Obteniendo el visto bueno de validación verbal/por escrito por parte de la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME para iniciar la implementación.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El expediente de información clave de la MiPyME, documentado:
 - Contiene el perfil empresarial incluyendo: el nombre de la empresa/marca comercial, giro, misión, visión, valores y ubicación,
 - Incluye los datos de contacto de la persona responsable de la mercadotecnia digital en la MiPyME: nombre, cargo, correo electrónico y teléfono,
 - Incluye el listado de productos/servicios a promover a través de la mercadotecnia digital,
 - Especifica las metas comerciales por un periodo de tiempo considerando volumen de ventas/medio de captación de clientes,
 - Incluye el listado de plataformas digitales en los que tiene presencia actual la MiPyME,
 - Contiene descritas y organizadas por tipo las métricas de presencia digital con las que cuenta la MiPyME,
 - Cuenta con el análisis del contenido existente, especificando tipo, frecuencia y nivel de interacción por cada plataforma digital,
 - Contiene descrito el perfil de la audiencia objetivo, considerando al menos tres variables de segmentación: características demográficas, intereses y comportamiento digital, y
 - Tiene el acuerdo de confidencialidad firmado por la persona responsable de la información y el proveedor de servicios.
2. La estrategia de contenido de mercadotecnia digital de la MiPyME utilizando IA, diseñada:
 - Especifica la definición de la voz y personalidad de marca para el contenido digital,
 - Incluye los lineamientos de tono y estilo por plataforma digital,
 - Precisa los tipos de contenido digital de texto/imagen/audio/video recomendados por etapa del embudo de ventas de acuerdo con la información clave recabada en el levantamiento,
 - Contiene la tabla de análisis conformada por: la justificación de la(s) plataforma(s) digital(es) a utilizar por audiencia, el tipo de formato con especificaciones técnicas, las

herramientas/plataformas de IA recomendadas por tipo de contenido digital y la frecuencia de publicación acorde a la capacidad operativa,

- Indica los horarios de publicación sugeridos por plataforma digital conforme a las recomendaciones de la IA y a los hábitos del público objetivo,
- Incluye la vinculación a las temporadas comerciales relevantes para el sector del negocio,
- Especifica la distribución de los tipos de contenido digital a lo largo del periodo, considerando al menos cuatro semanas de planificación,
- Incluye al menos dos objetivos medibles vinculados al negocio y sus respectivas métricas de seguimiento,
- Incluye el presupuesto/monto de inversión requerido de implementación, de acuerdo con las necesidades de la MiPyME, y
- Contiene la evidencia de aprobación de la estrategia de mercadotecnia digital planteada por parte de la persona responsable de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

1. Generalidades de la IA:
 - uso de los grandes modelos de lenguaje (LLM).
 - acuerdo de uso ético de la información.
2. Conceptos básicos de mercadotecnia digital:
 - alcance orgánico.
 - alcance pagado.
 - tasa de interacción.
 - embudo de conversión.
3. Características y formatos de las principales plataformas digitales:
 - Facebook.
 - Instagram.
 - WhatsApp Business.
 - Telegram.
 - Google My Business.
 - TikTok.
4. Métricas de mercadotecnia digital:
 - alcance.
 - impresiones.
 - tasa de interacción (*engagement rate*).
 - tasa de clics (CTR) y tasa de conversión.

NIVEL

Comprensión

Comprensión

Aplicación

Comprensión

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Iniciativa: La manera en que presenta diversas alternativas de estrategias de contenido de mercadotecnia digital con uso de la IA de acuerdo al contexto de la MiPyME.

2. Amabilidad: La manera en que brinda un trato cordial y profesional en la interacción con la persona responsable de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

GLOSARIO

1. IA generativa: Se refiere a la tecnología de IA capaz de crear contenido nuevo (texto, imagen, video o, audio) a partir de instrucciones del usuario.
2. Acuerdo de confidencialidad: Se refiere al convenio legal mediante el cual las partes se comprometen a no divulgar ni utilizar indebidamente información privada o sensible compartida durante una relación profesional o comercial.
3. Embudo de ventas: Se refiere al modelo que estructura el proceso de adquisición y conversión de clientes en etapas progresivas —desde la generación de reconocimiento de marca hasta la compra y fidelización— integrando distintos canales y puntos de contacto, con el objetivo de analizar el comportamiento del usuario, optimizar la conversión en cada fase y maximizar el retorno de las estrategias comerciales y digitales.
4. Formato: Se refiere al tipo o estructura en la que se presenta la información dentro de una plataforma digital —como imagen, carrusel, video, audio, historia o texto— que define la manera en que el usuario consume e interactúa con el contenido digital, incluyendo características visuales como dimensiones, resolución y relación de aspecto.
5. Herramienta/plataforma de IA: Se refiere a las aplicaciones o sistemas tecnológicos que utilizan IA para generar, analizar y optimizar contenido de forma automatizada, a partir de datos y comandos del usuario, facilitando tareas como la creación de textos, imágenes, audio o video en mercadotecnia digital.
6. Inteligencia Artificial (IA): Se refiere a los sistemas computacionales capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana
7. Métricas: Se refiere a las medidas cuantitativas definidas para evaluar el desempeño, resultado o impacto de una prueba o solución tecnológica.
8. MiPyME: Se refiere a las siglas de Micro, Pequeña y Mediana Empresa; son unidades económicas, que se dedican a actividades comerciales, industriales o de servicios, y que cumplen con los rangos de estratificación (personal y ventas) establecidos por la Secretaría de Economía.
9. Plataformas digitales: Se refiere al conjunto integrado de canales y medios digitales que permiten a una organización establecer presencia, comunicación, interacción y transacción con sus usuarios —incluyendo redes

10. Variables de segmentación: de sociales, sitios web, correo electrónico, marketplaces, herramientas de mensajería y posicionamiento— como parte de la estrategia de mercadotecnia y transformación digital.
- Se refiere al conjunto de características utilizadas para clasificar a los usuarios o clientes en grupos específicos, incluyendo variables geográficas, demográficas, intereses y comportamiento digital — como el uso e interacción en canales como redes sociales, sitios web, correo electrónico, marketplaces y plataformas de mensajería— que permiten personalizar estrategias de comunicación, adquisición y conversión.

Referencia	Código	Título
2 de 4	E5882	Generar contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Crea contenido de texto de mercadotecnia digital con herramientas/plataformas de IA:
 - Justificando la selección de la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA de acuerdo al contenido de texto por generar,
 - Escribiendo el *prompt* de contenido de texto que incluya al menos el rol, el contexto, la tarea, la audiencia, el formato, el tono de comunicación y las restricciones,
 - Realizando la pruebas de validación del contenido de texto generado y eliminación de sesgos,
 - Efectuando los ajustes al contenido de texto generado mediante al menos una iteración de *prompts*/las iteraciones requeridas hasta cumplir los criterios de calidad establecidos en la estrategia/a petición de la/s persona/s responsable/s del mercadotecnia digital en la MiPyME, y
 - Explicando cómo el contenido generado es coherente con la identidad de marca, los lineamientos de la estrategia aprobada y respeta los derechos de propiedad intelectual de terceros.
2. Crea contenido de video de mercadotecnia digital con la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA:
 - Seleccionado la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA correspondiente(s) al tipo de contenido de video requerido por la estrategia,
 - Elaborando el *prompt* con instrucciones específicas que incluyan al menos la escena, el sujeto, el ambiente, el estilo visual, la iluminación, la duración, restricciones y el formato,
 - Realizando la pruebas de validación del contenido de video generado y eliminación de sesgos/errores/incoherencias,
 - Ajustando el contenido de video generado mediante al menos una iteración de *prompts*/ las iteraciones requeridas hasta cumplir los criterios de calidad establecidos/a petición de la/s persona/s responsable/s de la mercadotecnia digital en la MiPyME, y
 - Verificando que el contenido de video generado sea coherente con la identidad de marca, los lineamientos de la estrategia aprobada y respeta los derechos de propiedad intelectual de terceros.
3. Crea contenido de imagen de mercadotecnia digital con herramientas/plataformas de IA:

- Justificando la selección de la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA de acuerdo al tipo de contenido de imagen requerido por la estrategia,
 - Elaborando el *prompt* de contenido de imagen con los parámetros de sujeto, estilo, formato y restricciones,
 - Realizando la pruebas de validación del contenido de imagen generado y eliminación de sesgos/errores/incoherencias,
 - Ajustando el contenido de imagen generado mediante al menos una iteración de *prompts*/las iteraciones requeridas hasta cumplir los criterios de calidad establecidos en la estrategia/a petición de la/s persona/s responsable/s de la mercadotecnia digital en la MiPyME, y
 - Verificando que el contenido de imagen generado sea coherente con la identidad de marca, los lineamientos de la estrategia aprobada y respeta los derechos de propiedad intelectual de terceros.
4. Crea contenido de audio de mercadotecnia digital con la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA:
- Seleccionando la(s) herramienta(s)/plataforma(s) de IA correspondiente(s) al tipo de contenido de audio para narración por voz/música de acuerdo con lo requerido por la estrategia,
 - Elaborando el *prompt*/Configurando en la herramienta de IA para narración por voz/música los parámetros de tipo/guion/género/tono/ritmo/emoción/letra/duración/restricciones/referencia de acuerdo con los requerimientos de la estrategia/a petición de la/s persona/s responsable/s de la mercadotecnia digital en la MiPyME,
 - Realizando la pruebas de validación del contenido de audio generado y eliminación de sesgos/errores/incoherencias,
 - Repitiendo el proceso de generación de audio hasta obtener el resultado que cumpla con los criterios de calidad establecidos en la estrategia, y
 - Verificando que el contenido de audio generado sea coherente con la identidad de marca, los lineamientos de la estrategia aprobada y respeta los derechos de propiedad intelectual de terceros.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El contenido de texto del portafolio de mercadotecnia digital generado con IA, documentado:
 - Especifica la herramienta de IA utilizada para la generación contenido de texto y la justificación de su elección,
 - Incluye la estructura del *prompt*/contenido de referencia para generación de contenido de texto que incluya al menos el rol, el contexto, la tarea, la audiencia, el formato, el tono de comunicación y las restricciones,
 - Contiene la versión final del texto generada con apoyo de la herramienta/plataforma de IA para la(s) plataforma(s) digital(es) de destino,
 - Cumple con los criterios de calidad en cuanto a coherencia con la marca, así como congruencia con la estrategia de mercadotecnia digital aprobada,
 - Está redactado de forma clara, precisa y con apego a reglas de redacción y ortografía,
 - Contiene los beneficios y llamados a la acción, y
 - Se adapta al formato de la(s) plataforma(s) digital(es) de destino.
2. El contenido de imagen del portafolio de mercadotecnia digital generado con IA, documentado:

- Especifica la herramienta de IA utilizada para la generación del contenido de imagen y la justificación de su elección,
 - Incluye la estructura del *prompt*/imagen de referencia para la generación de contenido de imagen,
 - Contiene la versión final de imagen generada con la herramienta/plataforma de IA para la(s) plataforma(s) digital(es) de destino,
 - Cumple con los criterios de calidad en cuanto a la coherencia visual con la marca, coherencia anatómica y física,
 - Es congruente con el requerimiento y el contexto/realidad, y
 - Tiene la relación de aspecto acorde con la(s) plataforma(s) digital(es) de destino.
3. El contenido de audio del portafolio de mercadotecnia digital generado con IA, documentado:
- Especifica la herramienta de IA utilizada para la generación del contenido de audio, y la justificación de su elección,
 - Incluye el *prompt*/los parámetros de contenido de audio de narración por voz/música en la herramienta de IA elegida,
 - Contiene la versión final de audio generada con la herramienta/plataforma de IA para la(s) plataforma(s) digital(es) de destino,
 - Cumple con los criterios de calidad en cuanto a la claridad de voz/sonido, dicción/ritmo y la naturalidad de voz/sonido, y
 - Tiene coherencia con la marca.
4. El contenido de video del portafolio de mercadotecnia digital generado con IA, documentado:
- Especifica la herramienta de IA utilizada para la generación de contenido de video, y la justificación de su elección,
 - Incluye la estructura del *prompt*/video/imagen de referencia para la generación de contenido de imagen,
 - Contiene la versión final de video generada con la herramienta/plataforma de IA para la(s) plataforma(s) digital(es) de destino,
 - Tiene coherencia narrativa con inicio, desarrollo y cierre definidos, así como claridad del mensaje e inclusión de llamado a la acción,
 - Tiene consistencia visual y física de los elementos entre escenas y coherencia con la identidad de la marca, y
 - Cumple con la calidad técnica con respecto a la resolución, formato y duración adecuados a la plataforma digital,
 - Tiene calidad de audio con respecto a la pronunciación/entonación/sonido(s) y claridad, y
 - Cumple con los criterios de calidad en cuanto a originalidad y coherencia con la marca.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

1. Técnicas de redacción persuasiva para mercadotecnia digital:
 - estructura AIDA.
 - PAS.
 - *storytelling*.
 - llamados a la acción.

NIVEL

Aplicación

CONOCIMIENTOS	NIVEL
2. Especificaciones técnicas de contenido por plataforma digital: • dimensiones de imagen. • duración de video. • formatos admitidos	Comprensión
3. Consideraciones de propiedad intelectual en contenido generado por IA: • limitaciones de uso comercial. • atribución. • originalidad. • derechos de autor aplicables.	Comprensión

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

- | | |
|---------------------|--|
| 1. Orden: | La manera en que organiza los contenidos generados de acuerdo con la planificación establecida en la estrategia aprobada. |
| 2. Responsabilidad: | La manera en que verifica la veracidad, pertinencia y originalidad del contenido generado por IA a presentar para su aprobación. |

GLOSARIO

1. Iteración de *prompt*: Se refiere al proceso de ajuste y refinamiento sucesivo de las instrucciones proporcionadas a la herramienta de IA para mejorar la calidad del contenido generado.
2. *Prompt*: Se refiere a la instrucción o conjunto de instrucciones que se proporcionan a una herramienta de IA generativa para obtener un resultado específico.
3. Relación de aspecto: Se refiere a la proporción matemática entre el ancho y el alto de una imagen, video o pantalla. Se representa con dos valores separados por dos puntos, como 16:9, 4:3 o 1:1, y define la forma visual del contenido sin indicar su tamaño en píxeles.
4. Sesgos: Se refiere a cualquier distorsión sistemática que hace que los resultados de un sistema sean menos justos, menos precisos o representativos para determinados grupos o contextos.

Referencia	Código	Título
3 de 4	E5883	Implementar la estrategia de contenido mercadotecnia digital en la MiPyME

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Publica el contenido de la campaña de mercadotecnia digital generado con IA:

- De acuerdo con los tipos de contenido digital de texto/imagen/audio/video aprobados en la estrategia,
 - Utilizando al menos dos plataforma(s) digital(es) con las que cuenta la MiPyME,
 - Verificando que la configuración de perfil(es) y cuenta(s) de la(s) plataforma(s) digital(es) corresponda con los lineamientos de identidad de marca establecidos en la estrategia,
 - Cargando los contenidos aprobados y los elementos complementarios en la(s) plataforma(s) digital(es) de acuerdo con las especificaciones técnicas de cada medio,
 - Configurando los elementos complementarios de cada publicación, conforme al contenido aprobado,
 - Programando las publicaciones conforme al calendario de contenidos, horarios y frecuencia definidos en la estrategia aprobada,
 - Configurando la segmentación de audiencia y el presupuesto de promoción en las publicaciones pagadas de acuerdo con la estrategia, y
 - Comprobando que los enlaces, etiquetas y llamados a la acción incluidos en cada publicación sean visibles y funcionales en multidispositivos.
2. Habilita a la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME en el proceso operativo de publicación y programación de contenido:
- Explicando las configuraciones de segmentación de audiencia y presupuesto de promoción disponibles en la(s) plataforma(s) digital(es),
 - Indicando los criterios de verificación previos a la publicación: formato, especificaciones técnicas y textos complementarios,
 - Explicando las restricciones y políticas de contenido de cada plataforma digital que pueden causar el rechazo de una publicación,
 - Describiendo el procedimiento para monitorear las métricas de cada publicación posterior a su lanzamiento,
 - Aclarando las dudas que se presenten/solicitando retroalimentación acerca del proceso operativo de publicación y programación de contenido por parte de la(s) persona(s) responsable(s) de marketing digital en la MiPyME, y
 - Entregando la guía operativa de publicación a la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La bitácora de implementación del contenido de mercadotecnia digital en plataformas digitales, documentada:
 - Contiene el listado de publicaciones realizadas con fecha, hora, plataforma(s) digital(es), tipo de contenido y estado de publicación: publicado/programado/rechazado,
 - Incluye las capturas de pantalla/enlaces de verificación de cada publicación realizada,
 - Indica la descripción de las especificaciones técnicas de cada medio utilizado conforme a la estrategia de mercadotecnia digital,
 - Contiene el registro de incidencias técnicas/rechazos de plataforma(s) digital(es) y los ajustes realizados durante la implementación, y
 - Incluye la evidencia gráfica de las herramientas de medición y seguimiento en cada plataforma digital utilizada.
2. La guía operativa de publicación para la MiPyME, documentada:
 - Contiene el procedimiento paso a paso de carga, programación y publicación de contenido por cada plataforma digital activa de la MiPyME,

- Incluye las especificaciones técnicas de formato por cada plataforma digital activa de la MiPyME,
- Enlista los horarios recomendados de publicación por cada plataforma digital activa de la MiPyME conforme a la estrategia,
- Contiene descritas las restricciones y políticas de contenido de cada plataforma digital activa de la MiPyME, e
- Incluye los accesos y credenciales de las herramientas de programación y gestión de redes utilizadas.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

NIVEL

- | | |
|--|-------------|
| 1. Principios de experiencia de usuario en contenido digital: <ul style="list-style-type: none"> • visualización responsiva. • tiempos de carga. • accesibilidad en dispositivos móviles. | Comprensión |
| 2. Plataformas digitales disponibles para la comercialización de productos/servicios: <ul style="list-style-type: none"> • tipos de contenido. • audiencias. | Comprensión |

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

- | | |
|-----------------|---|
| 1. Cooperación: | La manera en que involucra a la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital de la MiPyME en el proceso de implementación, facilitando su participación activa en la publicación y gestión de los contenidos. |
| 2. Tolerancia: | La manera en que muestra paciencia ante las dificultades que manifiestan la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital de la MiPyME durante el proceso de implementación de la estrategia de contenido mercadotecnia digital. |

GLOSARIO

- | | |
|---|---|
| 1. Bitácora: | Se refiere al registro cronológico y detallado de las actividades, observaciones e incidencias ocurridas durante la ejecución de pruebas o experimentos. |
| 2. Elementos complementarios: | Se refiere al conjunto de componentes que acompañan al contenido principal, tales como copy (texto publicitario), hashtags (etiquetas), enlaces, llamados a la acción, ubicación y otras referencias específicas, cuyo propósito es contextualizar, potenciar el alcance y orientar la interacción del usuario en la publicación. |
| 3. Especificaciones técnicas de cada medio: | Se refiere al conjunto de parámetros requeridos por cada plataforma digital para la correcta publicación del contenido, incluyendo dimensiones (resolución y relación de aspecto), formato de archivo, peso máximo permitido y duración (en el caso |

de audio o video), así como asegurando la compatibilidad, calidad visual y óptimo desempeño en cada medio.

4. Herramientas de medición y seguimiento: Se refiere al conjunto de mecanismos y configuraciones utilizados para recopilar, rastrear y analizar el desempeño del contenido digital, incluyendo píxeles de seguimiento, etiquetas de seguimiento de mercadotecnia digital (*Urchin Tracking Module-UTM*) y la vinculación con herramientas analíticas como *Google Analytics*, con el fin de medir resultados, comportamiento del usuario y efectividad de la estrategia.

Referencia	Código	Título
4 de 4	E5884	Optimizar el contenido de mercadotecnia digital con Inteligencia Artificial en la MiPyME

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra el siguiente:

DESEMPEÑOS

- Presenta el reporte de resultados y las recomendaciones de optimización del contenido de mercadotecnia digital con IA a la(s) persona(s) responsable(s) en la MiPyME:
 - Exponiendo los resultados del reporte de desempeño de contenido de mercadotecnia digital publicado,
 - Mostrando el plan de optimización de contenido de mercadotecnia digital con IA para el siguiente periodo,
 - Aclarando las dudas que se presenten/solicitando retroalimentación acerca de los resultados y plan de optimización parte de la(s) persona(s) responsable(s) de marketing digital en la MiPyME,
 - Obteniendo la validación de las acciones de optimización y del calendario de publicación de contenidos para el siguiente periodo.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

- El reporte de desempeño del contenido publicado de mercadotecnia digital, documentado:
 - Está elaborado a partir de una campaña de mercadotecnia digital concluida,
 - Tiene el resumen ejecutivo con los principales resultados alcanzados en el periodo analizado y su relación con los objetivos de la estrategia,
 - Incluye las métricas de rendimiento por publicación, por tipo de contenido y por plataforma digital, así como el comparativo respecto a la línea base de la MiPyME/indicadores de referencia de mercado.
 - Especifica el comparativo de resultados contra los objetivos medibles establecidos en la estrategia aprobada,
 - Contiene el análisis de mayor y menor rendimiento de los contenidos por tipo, formato, horario y plataforma digital, con la identificación de patrones de comportamiento y metas establecidas,
 - Incluye las capturas de pantalla/evidencias de los datos reportados por las herramientas de medición y seguimiento de las plataformas digitales, y
 - Especifica la fecha del periodo de análisis, la fuente de los datos presentados y la frecuencia de medición.

2. El plan de optimización del contenido de mercadotecnia digital con IA para el siguiente periodo, documentado:

- Contiene las recomendaciones de continuidad/ajuste a los tipos de contenido/formatos/frecuencia de publicación por plataforma digital, con base en el análisis de resultados,
- Indica la(s) propuesta(s) de pruebas de optimización a realizar, considerando la hipótesis a validar y la métrica de éxito,
- Incluye la recomendación de continuidad/ajuste a horarios de publicación con base en los datos de rendimiento por plataforma digital y por tipo de contenido,
- Contiene la recomendación de continuidad/modificación a la segmentación de audiencia y al presupuesto de promoción de acuerdo con los resultados obtenidos,
- Incluye la propuesta de continuidad/ajuste a los *prompts* e instrucciones de generación de contenido con IA, considerando de los resultados de la campaña que concluyó,
- Tiene el calendario de publicación de contenidos para el siguiente periodo,
- Especifica los nuevos objetivos y métricas de seguimiento para el siguiente periodo, y
- Contiene la evidencia de aprobación del plan de optimización por parte de la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS

NIVEL

1. Pruebas de optimización de mercadotecnia digital:

Conocimiento

- pruebas A/B
- pruebas multivariantes.

La persona es competente cuando demuestra las siguientes:

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Iniciativa:

La manera en que propone alternativas de optimización fundamentadas en los datos de rendimiento del contenido de mercadotecnia digital.

2. Tolerancia:

La manera en que muestra profesionalismo al comunicar resultados y apertura para recibir comentarios favorables/desfavorables por parte de la(s) persona(s) responsable(s) de la mercadotecnia digital en la MiPyME.

GLOSARIO

1. Patrones de comportamiento:

de Se refiere a la predisposición o tendencia de la persona a actuar con un determinado comportamiento ante una situación, objeto o persona con los que se relaciona, durante su desempeño.

2. Hipótesis:

Se refiere a la afirmación verificable que propone una relación causal entre una variable y un resultado esperado, y que se valida mediante pruebas o experimentación con datos..