

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**VISTO:** la Nota SNFCL N° 811/2025 de fecha 08 de octubre de 2025, con Expediente N° 2025-12015001-017465, del Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral (SINAFOCAL), por la cual se eleva a consideración la propuesta de aprobación del Perfil Profesional de Marketing y Comunicación por Canales Convencionales y/o Digitales y sus Modulos Formativos Asociados, correspondientes a la Familia Profesional de Comercializacion y Marketing (COMA); y-----

**CONSIDERANDO:**

**Que,** la propuesta de la Resolucion “POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MODULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACION Y MARKETING (COMA), DEL CATALOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES – VERSION 1.

**Que,** la Ley N° 5115/2013 «Que crea el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social», en su artículo 3º dispone: «Objetivos. Son objetivos principales del Ministerio, en el ámbito de su competencia entre otros, los siguientes: (...) 4. formular, planear, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar las políticas nacionales y sectoriales en materias socio-laborales, ...formación profesional y capacitación para el trabajo, normalización y certificación de competencias laborales, autoempleo, reconversión laboral y migración laboral».

**Que,** el Decreto 5.442/2016, de fecha 17 de junio de 2016, reglamento la Ley N° 1.652/2000 de fecha 26 de diciembre de 2000, que creo el Sistema Nacional de Formacion y Capacitacion Laboral, y en su articulo 8º establece “...tendra las siguientes funciones: a) planificar los programas públicos de capacitación b) establecer las normas de aprobación, mediante la expedición de acreditaciones, de las instituciones de capacitación y acreditarlas conforme con las disposiciones del Titulo II del presente Decreto c) establecer las normas de reconocimiento de los cursos elegibles para impartirse en el sistema y velar por su aplicación ente otras...”.

**Que,** por su parte la ley N° 1.265/1987 “QUE MODIFICA LA LEY N° 253/71 “QUE CREA EL SERVICIO NACIONAL DE PROMOCION PROFESIONAL “establece en su Art 2º “...EL SNPP tendrá como finalidad promover y desarrollar la formación profesional de los trabajadores, en todos los niveles y sectores de la economía atendiendo fundamentalmente a la política ocupacional del Gobierno y al

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

proceso de desarrollo nacional...” Y el Art. 3º establece que: “Para lograr su finalidad el SNPP tiene las siguientes atribuciones: a) Organizar y Coordinar un Sistema Nacional de formación profesional y gerencial, de todos los sectores de la actividad económica de conformidad con la política general del Gobierno”.-----

**Que,** La Ley N° 5749/17 «Que establece la Carta Orgánica del Ministerio de Educación y Ciencias», en su artículo 3º «Competencia» indica: «El Ministerio de Educación y Ciencias es el órgano rector del sistema educativo nacional y como tal, es responsable de establecer la política educativa nacional en concordancia con los planes de desarrollo nacional, conforme lo dispone la Constitución Nacional y la Ley N° 1264/98 “GENERAL DE EDUCACIÓN”»; en su artículo 17 «Funciones del ministro» menciona: «El Ministro de Educación y Ciencias es la máxima autoridad institucional y como tal posee las siguientes funciones: (...) c) garantizar la continuidad de las políticas educativas y la participación de todos los organismos y sectores involucrados en la construcción de los planes, programas y proyectos de educación y ciencias...».

**Que,** el mismo cuerpo legal, en su artículo 26 El Consejo Nacional de Educación y Trabajo tiene por objetivos: incisos b) aprobar, la normativa para la implementación del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales; y d) cooperar en la implementación del Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales; asimismo, en su artículo 29 «Unidad Técnica Interministerial» establece: «*La Unidad Técnica Interministerial tendrá las siguientes funciones: (...) d) desarrollar y mantener actualizado el Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales...*».

**Que,** el Perfil Profesional de Marketing y comunicación por canales convencionales y/o digitales y sus Módulos Formativos asociados, han sido diseñado con base en las Guías Metodológicas para: 1) la Definición de Perfiles Profesionales; y, 2) el Diseño de Módulos Formativos asociados a Perfiles Profesionales del Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales, ambas aprobadas mediante la Resolución N° 692 de fecha 31 de agosto de 2020, como materiales de gestión que contribuyen al logro de las iniciativas estratégicas planteadas para el fortalecimiento de la Educación y Formación Técnica y Profesional (EFTP) en todos los niveles de cualificación.

**Que,** por Resolucion MTESS N° 732/17 de fecha 18 de octubre de 2.017, se ha aprobado la estructura de los instrumentos a ser utilizados en la Identificacion de los Perfiles Profesionales y el Diseño de los Modulos Formativos asociados para la construcción del Catalogo Nacional de Pperfiles Profesionales.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Que,** existe la necesidad de fortalecer el sistema integrado para la gestión de la Educación y Formación Técnica y Profesional (EFTP), en coordinación con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social y el sector productivo, para avanzar en la construcción de un Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales que responda a las necesidades del mercado laboral.

**Que,** la Ley N° 5115/2013, en su Artículo 11 “Funciones Generales”, establece El/La Ministro/a en las áreas de trabajo, de empleo y de seguridad social, ejercerá las siguientes funciones y atribuciones generales (...) 7 Adoptar las medidas de administración, coordinación, supervisión y control necesarias para asegurar el cumplimiento de las funciones de su competencia...”

**POR TANTO**, en ejercicio de sus atribuciones legales,

**LA MINISTRA DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL**

**RESUELVE:**

**Art. 1º** **APROBAR** el «Perfil Profesional de Marketing y comunicación por los canales convencionales y/o digitales y sus Módulos Formativos asociados, correspondientes a la Familia Profesional de Comercialización y Marketing (COMA), del Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales – Versión 1», conforme con el anexo que forma parte de la presente Resolución.

**Art. 2º** **DISPONER** que la Unidad Técnica Interministerial proceda a:

**a) Arbitrar** los mecanismos necesarios para la utilización e implementación efectiva de los Perfiles Profesionales y sus Módulos Formativos asociados al mismo, aprobados por la presente resolución, en forma conjunta con su par del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

**b) Encomendar** la revisión y actualización, conforme a requerimientos del sector productivo, de los Perfiles Profesionales y sus Módulos Formativos asociados, aprobados mediante la presente resolución.

**c) Coordinar** el acompañamiento, monitoreo y seguimiento de la efectiva implementación de los Perfiles Profesionales y los Módulos Formativos asociados al mismo, aprobados por la presente disposición.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Art. 3º      NOTIFICAR** a las áreas que corresponda, cumplido archivar.

**Secretaria General**

**Ministra**

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**ANEXO I**

**FAMILIA PROFESIONAL  
COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING**

**PERFIL PROFESIONAL**

Marketing y comunicación por canales convencionales y/o digitales

**NIVEL DE CUALIFICACIÓN:** 2 (dos)

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**PERFIL PROFESIONAL**

<b>Denominación</b>	<b>Marketing y Comunicación por canales convencionales y/o digitales.</b>	<b>Nivel de Competencia</b>	2 (dos)
<b>Familia Profesional</b>	Comercialización y Marketing	<b>Código del Perfil</b>	COMA0118_2
<b>Competencia General</b>	Ejecutar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y digitales bajo instrucción de las acciones definidas del negocio y/o marca, aplicando estándares de calidad.		
<b>Ocupaciones y Puestos de Trabajo</b>			<b>Código CPO</b>
Profesionales de nivel medio de servicios de administración, no clasificados bajo otros epígrafes			3439
Otros técnicos y profesionales de nivel medio			3412
<b>Sectores Productivos y tipo de organizaciones en los que se integra</b>			<b>Código CNAEP</b>
Actividades publicitarias			7310
Investigación de mercados y encuestas de opinión pública			7320
Otras actividades de servicios de apoyo a empresas n.c.p.			8299
Investigación de mercados y encuestas de opinión pública			7320
Realiza su actividad profesional en el área de ventas de empresas, negocios y/o emprendimientos donde desarrolla transacciones comerciales de productos y/o servicios, relacionadas con los subsectores de comercio, retail, servicios y afines. Este técnico puede desarrollar su actividad mediante la creación de autoempleo en microempresa y puede tener bajo su responsabilidad a otros vendedores.			
<b>Unidades de Competencia</b>		<b>Código CPO</b>	<b>Código de la Unidad de Competencia</b>
1. Realizar estudio de mercado.		1234 2419	UC0321_2
2. Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.		1234	UC0322_2
3. Ejecutar la estrategia de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales.		2419	UC0323_2

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>Denominación</b>	UC1. Realizar estudio de mercado.		
<b>Código</b>	UC0321_2	<b>Nivel de cualificación</b>	2 (dos)
<b>Elementos de Competencia (EC)</b>	<b>Criterios de desempeño (CD)</b>		
<b>EC1.</b> Obtener información clave del mercado utilizando las fuentes necesarias según lineamientos de la empresa/organización.	CD1.1 Recopilar las fuentes de información, internas (planillas impresas, digitales, Customer Relationship Management/CRM, etc.) y externas (base de datos adquiridas, etc.), primarias (estudios de mercado realizados por la organización/empresa) y secundarias (encuestas de consultoras, revistas especializadas, informes oficiales del Instituto Nacional de Estadística, investigaciones del sector, etc.) que proporcionen datos representativos de potenciales clientes relacionados con la actividad comercial de la organización/empresa teniendo en cuenta las estrategias, vías y medios establecidos.		
	CD1.2 Identificar las variables socioeconómicas de potenciales clientes (niveles de ingreso per cápita o por unidad familiar, etc.); y comerciales (segmentos de tipo A, B o C; etc.) involucradas en el proceso de relevamiento de la información.		
	CD1.3 Identificar los parámetros necesarios de la población objeto de estudio, tipo y tamaño de la muestra, preguntas-clave del cuestionario u otros teniendo en cuenta los lineamientos de la empresa/organización.		
	CD1.4 Reconocer técnicas, herramientas de recolección de información de clientes y/o potenciales clientes tales como encuestas; observación (conteo y clasificación básica) y entrevistas.		
	CD1.5 Aplicar técnicas y herramientas de recolección de información a clientes y/ o potenciales clientes utilizando medios convencionales y/o digitales.		
	CD1.6 Calcular el tiempo necesario para la obtención de los datos e información teniendo en cuenta los plazos definidos para las distintas fuentes y técnicas de recogida de información.		
	CD1.7 Elaborar el presupuesto teniendo en cuenta las variables (tiempo, ubicación, viático, gastos y otros) según las políticas establecidas por la empresa/organización.		

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	CD1.8 Redactar un informe de las fuentes identificadas, seleccionadas y aplicadas según los procesos o procedimientos establecidos por la empresa/organización.
EC2. Ejecutar la carga de la información recogida de los mercados, teniendo en cuenta las orientaciones de la empresa/organización.	CD2.1 Generar la base de datos con la información necesaria de los clientes y competidores teniendo en cuenta los procedimientos de la empresa/organización.
	CD2.2 Emplear información disponible en internet utilizando motores de búsqueda para complementar la información de la competencia directa o indirecta.
	CD2.3 Organizar la información obtenida de las encuestas, entrevistas y/u observación y otras técnicas o herramientas según parámetros establecidos por la empresa/organización.
	CD2.4 Registrar la información procedente de encuestas, entrevistas, observaciones, respuesta de reclamaciones u otras, tabulando o procesándola de acuerdo con los criterios o procesos establecidos por la organización/empresa.
	CD2.5 Preparar la información de forma que asegure la exactitud y la fiabilidad de los datos recogidos según los procedimientos de control establecidos por la empresa/organización.
	CD2.6 Verificar el correcto funcionamiento de los equipos y sistemas/programas utilizados para la carga de dato según indicaciones y/o procedimientos.
	CD2.7 Actualizar permanentemente la información de clientes y competidores en el sistema/programa para el caso de datos precedentes de acuerdo con los procedimientos establecidos por la empresa/organización
EC3. Utilizar técnicas básicas de estadística para comprender la información y/o datos de mercado según parámetros/indicadores establecidos por la empresa/organización.	CD3.1 Aplicar técnicas básicas tales como clasificación, promedio, porcentaje u otras de similar nivel de complejidad, a la información recogida, obteniendo información útil de los mercados, clientes y competidores según lo establezca los procesos y procedimientos del área, organización, empresa.
	CD3.2 Comparar los valores obtenidos de la aplicación de las técnicas estadísticas con parámetros de referencia proveídos por la organización/empresa.

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	<p>CD3.3 Utilizar la información proveída por la organización/empresa respecto a las promociones, precio final, las condiciones de venta, política de descuentos y/o recargos correspondientes al producto y/o servicio ofrecido para favorecer el alcance de las acciones de difusión, comunicación, marketing.</p> <p>CD3.4 Redactar breves conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias proveídas por el superior inmediato o por la organización /empresa.</p>
<p><b>EC4.</b> Poner en práctica las acciones de comunicación, difusión y marketing conforme a lo establecido por el plan y/o lineamientos de la empresa/organización.</p>	<p>CD4.1 Ejecutar acciones específicas del plan de difusión, comunicación y/o marketing, utilizando conjunta o individualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios convencionales ATL (medios masivos) como ser radio, tv, periódicos impresos, etc.</li> <li>• Medios no convencionales BTL, como ser redes sociales o internet</li> </ul> <p>según los lineamientos y acciones definidas por el área y/o la organización/empresa.</p> <p>CD4.2 Derivar a las instancias correspondientes y/o cargar en el sistema las recomendaciones y/o sugerencias procedentes de las acciones de comunicación/promoción realizadas en medios convencionales y/o no convencionales según protocolos y/o procedimientos de la organización/empresa.</p> <p>CD4.3 Redactar un breve informe resumido según esquema proveído por la organización/empresa en el que se contenga por lo menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fecha de inicio y fin de la promoción</li> <li>• Cantidad de emisiones, publicaciones o repeticiones por día/semana/mes</li> <li>• Número/cantidad de usuarios alcanzados</li> <li>• Cobertura y alcance de las publicaciones</li> </ul>

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

Contexto de aplicación	
<b>Medios y materiales</b>	
Insumos de oficina: carpetas, archivadores, biblioratos, separadores, clasificadores, hojas blancas, sellos, clips, bolígrafos, lápices, calculadora, etc.	
Equipos: notebook, cargador, conexión eléctrica y a internet, impresoras, escaner, fotocopiadora, teléfono línea baja, teléfono móvil, plataformas on line y off line, tabletas u otros equipos para la carga de datos con o sin conexión a internet. Programas y plataformas de gestión de datos como excel, planillas dinámicas, CRM, etc.	
Mobiliario: escritorio, estantes para archivo, sillas, mesas de apoyo.	
Instrumentos: modelo de encuestas, modelo de entrevistas, criterios estandarizados para observación del comportamiento de potenciales clientes consumidores o usuarios.	
<b>Información</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ordenes de trabajo (escritas, correo electrónico, llamadas, notificaciones verbales).</li><li>• Protocolos técnicos de actuación para la obtención de información</li><li>• Catálogos de clientes y planillas con datos básicos</li><li>• Especificaciones del procedimiento de recolección y carga.</li><li>• Manual de utilización de los equipos o plataformas digitales para la carga de datos.</li><li>• Procedimientos de control de la información y KPIs de calidad vinculados al estudio de mercados.</li><li>• Condiciones de seguridad/confidencialidad de datos de clientes.</li><li>• Normativa interna de las empresas referentes al área y/o al puesto.</li><li>• Normas y Reglamentos internos.</li><li>• Manual o guía de uso de Customer Relationship Management/CRM, etc.)</li><li>• Guía estandarizada para el uso de motores de búsqueda tradicionales</li><li>• Guía o procedimientos de clasificación, promedio y porcentaje</li><li>• Modelos o conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias.</li><li>• Plan de difusión, comunicación y/o marketing.</li><li>• Base de datos de medios convencionales ATL (medios masivos) como ser radio, televisión, periódicos impresos, etc.</li></ul>	
<b>Principales resultados del trabajo</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Información clave del mercado obtenida habiendo utilizado fuentes primarias y secundarias, así como internas y externas.</li><li>• Información de planillas impresas y/o digitales, base de datos, informes oficiales e investigaciones del sector cargadas en el sistema de la empresa.</li><li>• Variables socioeconómicas y comerciales de potenciales clientes incluidas en la base de datos o CRM de la empresa.</li><li>• Parámetros socioculturales empleados y aplicados en las encuestas de relevamiento así</li></ul>	

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<p>como también las técnicas de recolección de datos utilizadas según parámetros de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información recogida de internet, de las encuestas, entrevistas y observación tabulada y categorizada.</li> <li>• Equipos y sistemas/programas para la carga de datos utilizada en tiempo y forma.</li> <li>• Técnicas básicas de estadística utilizadas en la recolección y sistematización de la información.</li> <li>• Acciones de comunicación, difusión y marketing realizadas conforme a los estándares de la empresa y del mercado.</li> </ul>
---

<b>Denominación</b>	UC2. Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.		
<b>Código</b>	UC0322_2	<b>Nivel de cualificación</b>	2 (dos)
<b>Elementos de Competencia (EC)</b>	<b>Criterios de desempeño (CD)</b>		
<b>EC1.</b> Elaborar materiales de marketing y comunicación en soportes convencionales y no convencionales respetando los derechos de autor y normativa vigente.	CD1.1 Utilizar las fuentes básicas de información, bancos de datos y bancos de imágenes de acuerdo a los objetivos, contenido y tipo de soporte/material a realizar para la elaboración de materiales básicos de difusión y/o comunicación.		
	CD1.2 Utilizar el contenido, texto e imágenes establecidos por la organización/empresa, de acuerdo con los objetivos del material a realizar, y según los delineamientos del área y/o encargado.		
	CD1.3 Aplicar la legislación vigente en materia de derechos de uso y propiedad intelectual en el uso de la información, datos, imágenes utilizadas.		
	CD1.4 Identificar proveedores, servicios, productos que puedan proporcionar soportes, materiales, medios, insumos, servicios o información para la difusión según lo establezca los procedimientos y/o políticas del área o de la organización/empresa.		
	CD1.5 Utilizar los medios convencionales y no convencionales tanto gratuitos y/o con pago, a través de los cuales pueda darse la difusión, comunicación y/o marketing de los productos y servicios ofrecidos por la organización/ empresa.		

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>EC2.</b> Realizar la difusión de materiales publicitarios para su transmisión eficaz al público objetivo respetando la normativa vigente e identidad corporativa.	CD2.1 Ejecutar las acciones de difusión del material, de acuerdo a lo previsto en número, calidad y destino, utilizando medios eficaces y económicos, convencionales y no convencionales. CD2.2 Cumplir con el calendario previsto en la difusión del material, ejecutando las acciones publi-promocionales definidas por la organización/ empresa. CD2.3 Aplicar las políticas y/o procedimientos básicos de seguimiento de acciones de acuerdo a lo previsto por la organización/empresa CD2.4 Registrar de manera concreta, las acciones más relevantes y/o cualquier incidencia que pueda afectar el desarrollo de las acciones de difusión previstas, informando, además, al superior inmediato y/o a quien corresponda.
<b>EC3</b> Ejecutar las acciones básicas en la realización de eventos de comunicación/marketing, siguiendo protocolo y/o criterios establecidos.	CD3.1 Utilizar los recursos, insumos, materiales, equipos y medios básicos necesarios, para la ejecución del evento de comunicación/marketing en función de las características y tipo de evento a realizar, número de asistentes/participantes y presupuesto disponible. CD3.2 Realizar el traslado de los recursos, insumos, materiales, equipos y medios básicos necesarios, para la ejecución del evento de comunicación/marketing en función de las características y tipo de evento a realizar, número de asistentes/participantes y medio disponible. CD3.3 Realizar las gestiones básicas (pagos en ventanilla, presentación de documentos, etc.) para la obtención de permisos y licencias para la ejecución del evento de comunicación/marketing, de acuerdo al procedimiento establecido, respetando la normativa vigente y dentro de los plazos previstos. CD3.4 Corroborar las condiciones básicas del lugar/sala, recursos, equipo y material para el desarrollo del evento de comunicación/marketing en función del tipo de acto, protocolo establecido, número de asistentes, acondicionamiento, sonorización y señalización entre otros y, en caso negativo, se informa al superior inmediato o a quien la organización/empresa determine.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	CD3.5 Cumplir con las acciones establecidas en el protocolo que contribuyan al orden, la estética, la colocación, distribución y/o presentación de los materiales empleados en el evento de comunicación/marketing.
	CD3.6 Realizar el registro simple de asistencia de las personas u organizaciones convocadas en el evento, siguiendo el procedimiento y protocolo establecidos.
	CD3.7 Desempeñar acciones que permitan el retorno de los recursos, insumos, materiales, equipos y medios empleados en el evento de comunicación/marketing en función a lo establecido por la organización/empresa.

<b>Contexto de aplicación</b>	
<b>Medios y materiales</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos de oficina: carpetas, archivadores, biblioratos, separadores, clasificadores, hojas blancas, sellos, clips, bolígrafos, lápices, calculadora, etc.</li> <li>• Equipos: notebook, cargador, conexión eléctrica a internet, impresoras, escaner, fotocopiadora, teléfono línea baja, teléfono móvil, plataformas on line y off line, tabletas u otros equipos con conexión a internet.</li> <li>• Insumos claves: presupuestos de medios convencionales y no convencionales, Sitio web. Herramientas de análisis de la competencia y público objetivo. Estrategia de marketing. Canales predefinidos de distribución de contenido. Calendario anual. Calendario de publicaciones. Calendario de contenido. Mapa de contenido. Línea editorial y de contenido de la organización/empresa. Formatos de contenido. Noticias y contenidos patrocinados. Plan de comunicación de la organización/empresa.</li> </ul>
	<b>Información</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protocolos para el uso de canales de distribución de contenido.</li> <li>• Calendario editorial de la empresa. Calendario de publicaciones del área.</li> <li>• Calendario de contenido del área para medios convencionales y no convencionales.</li> <li>• Manual de marca de la empresa.</li> <li>• Plan de comunicación de la empresa.</li> <li>• Guía para formatos de contenido para medios convencionales y no convencionales. Plan de Incidencias de la organización/empresa.</li> </ul>

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Principales resultados de trabajo**

- Materiales de marketing y comunicación en soportes convencionales y no convencionales preparados según estándares de la organización.
- Textos, imágenes, artículos y materiales publicados según estándares de la organización /empresa.
- Legislación vigente en materia de derechos de uso y propiedad intelectual en el uso de la información, datos, imágenes aplicada.
- Proveedores de servicios y productos identificados, contactados y/o contratados.
- Insumos, materiales de marketing y comunicación trasladados y utilizados
- Cobertura realizada en aspectos de comunicación y marketing en eventos según protocolo y/o criterios establecidos por la empresa.

<b>Denominación</b>	<b>UC3. Ejecutar acciones básicas de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales</b>		
<b>Código</b>	UC0323_2	<b>Nivel de cualificación</b>	2 (dos)
<b>Elementos de Competencia (EC)</b>	<b>Criterios de Desempeño (CD)</b>		
EC1. Emplear información clave para el uso de las redes sociales como canal estratégico de comunicación, según lo establecen los procesos y procedimientos de la organización/empresa.	<p>CD1.1 Realizar un pequeño análisis para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas u otras de las redes sociales, con el fin de utilizar aquella que mejor responda a la audiencia, al público objetivo, los canales u otras variables establecidas por la organización/empresa.</p> <p>CD1.2 Utilizar los elementos básicos de una segmentación de mercado en medios digitales, canales en línea de internet y/o redes sociales, reconociendo la edad, sexo, gustos, preferencias, motivación, intereses, geolocalización u otras características que contribuyan a la identificación del perfil del cliente meta.</p> <p>CD1.3 Establecer un registro básico de los parámetros identificados, definidos y/o examinados tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de contenido con mayor y menor aceptación</li> <li>• Tamaño proyectado de la comunidad</li> <li>• Alcance de las publicaciones</li> <li>• Cantidad de menciones en redes de la marca, organización/empresa.</li> <li>• Tipo de contenido</li> <li>• Tráfico social</li> </ul>		

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	según parámetros propios de las plataformas seleccionadas y delineamientos de la organización / empresa.
	CD2.1 Realizar el “logueo” o creación de perfiles de usuario personal en redes sociales con el fin de conectar una determinada audiencia/público con la marca, la organización o empresa, sus bienes, servicios y/o propuesta de valor, respetando la legislación vigente.
	<p>CD2.2 Hacer uso de la información necesaria para crear los perfiles de las redes sociales, utilizando contenidos corporativos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• descripción de la actividad, servicios, etc.,</li> <li>• logotipo,</li> <li>• ubicación y cobertura,</li> <li>• experiencia en el rubro,</li> <li>• contacto (teléfono/correo electrónico),</li> <li>• noticias de la organización/empresa, y</li> <li>• fotos/videos de productos/servicios</li> </ul>
	CD2.3 Realizar publicaciones adecuadas al público objetivo (el target) y la red social, siguiendo los criterios de imagen de marca, de la organización, en su caso, o al protocolo de actuación en redes sociales.
<b>EC2.</b> Desarrollar las acciones de creación y actualización de los perfiles con usuario personal en las distintas redes sociales según criterios y orientaciones definidas por la organización/empresa.	<p>CD2.4 Incorporar contenidos actualizados según criterios básicos del marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• producto/s o servicio/s,</li> <li>• precio/s,</li> <li>• punto de venta o distribución: dónde se puede conseguir el producto o servicio, y</li> <li>• promoción: temporalidad/duración del tema, estacionalidad, fechas claves, etc.</li> </ul>
	CD2.5 Mantener un comportamiento ético y respetuoso en el uso de plataformas digitales, canales en línea de internet y/o redes sociales, de modo a preservar la información personal y/o confidencial de usuarios según lo establece la ley n° 6534 / de protección de datos.

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	CD2.6 Publicar información veraz y confiable en plataformas digitales, canales en línea de internet y/o redes sociales, verificando previamente su fuente según la normativa nacional vigente.
<b>EC3.</b> Difundir a través de las distintas redes sociales, las piezas de contenido digital establecidas y/o generadas, según calendario pre establecido, asegurando la uniformidad de los contenidos.	<p>CD3.1 Utilizar la información/contenido definido/establecido y/o seleccionado como relevante a ser publicado en las redes sociales según lineamientos definidos por la organización/empresa.</p> <p>CD3.2 Controlar previamente el contenido propuesto, antes de su publicación, detectando y subsanando los posibles errores ortográficos, tipográficos, gramaticales y velando por la uniformidad de la imagen según criterios definidos por el área.</p> <p>CD3.3 Realizar la publicación de los contenidos con o sin patrocinio, según el calendario de publicaciones definido en función de las particularidades de la red seleccionada.</p> <p>CD3.4 Publicar las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada red social, teniendo en cuenta los horarios y ubicación del público objetivo, a partir de las conclusiones extraídas de la información de relevamiento.</p>
	<p>CD4.1 Controlar, de forma permanente y activa, las interacciones generadas en las redes sociales, detectando los contenidos inadecuados o bien los que cumplen los requisitos establecidos o generan impacto positivo.</p> <p>CD4.2 Utilizar de forma periódica (diario, semanal u otros), los indicadores básicos de medición (KPIs) definidos por palabras clave, opiniones, usuarios entre otras utilidades.</p>
<b>EC4.</b> Realizar el seguimiento de las publicaciones en las redes sociales para la identificación de tendencias y su potencial replicabilidad.	CD4.3 Analizar los datos extraídos del seguimiento, a partir de su cruce con otras informaciones, comprobando las tendencias, los resultados, su repercusión o los datos históricos que identifiquen la tendencia de los indicadores clave (KPIs).

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	CD4.4 Elaborar conclusiones derivadas de los datos analizados sobre el contenido de redes sociales, optimizando y retroalimentar las acciones realizadas.
<b>EC5.</b> Fomentar la participación e interacción de los usuarios en redes sociales, generando y moderando el contenido según políticas, criterios y procedimientos de la organización/empresa.	<p>CD5.1 Utilizar técnicas de marketing para potenciar la participación e interacción de los usuarios, seleccionando y compartiendo contenido de interés para la comunidad (por ejemplo: artículos, entrevistas a expertos, secciones recurrentes de blogging, sorteos, concursos, fotografías, videos, imágenes, entre otros).</p> <p>CD5.2 Responder según el ámbito de actuación, los comentarios e interacciones de los usuarios y/o las incidencias detectadas, aplicando el tratamiento protocolario y respetando los delineamientos establecidos por la organización, redireccionando la conversación, en su caso, a un canal offline permitiendo una gestión inmediata.</p> <p>CD5.3 Responder las preguntas, sugerencias y/o comentarios de los usuarios en redes sociales según la tipología de la red donde se haya producido la interacción, cuidando del tono, frecuencia de respuesta, tiempos de resolución, planes de contingencia/casuística en estos medios.</p> <p>CD5.4 Escalar la comunicación de la/s incidencia/s a los departamentos y/o personal implicado, informando del contenido de la misma según los medios que se establezcan.</p>

<b>Contexto de aplicación</b>	
<b>Medios y materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos de oficina: carpetas, archivadores, biblioratos, separadores, clasificadores, hojas blancas, sellos, clips, bolígrafos, lápices, calculadora, etc.</li> <li>• Equipos: notebook, cargador, conexión eléctrica y a internet, impresoras, escaner, fotocopiadora, teléfono línea baja, teléfono móvil, plataformas on line y off line, tabletas u otros equipos electrónicos.</li> <li>• Estrategias de redes sociales y plataformas digitales on line.</li> <li>• Presupuestos para medios de comunicación digital.</li> <li>• Campañas del área.</li> <li>• Sitio web. Redes sociales. Panel de audiencia. Herramientas de análisis de la competencia y público objetivo. Estrategia de marketing. Canales de distribución de contenido. Calendario</li> </ul>

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

anual. Calendario de publicaciones. Calendario de contenido. Calendario de redes sociales. Plan de comunicación social media. Herramientas de administración de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Protocolos de actuación en redes sociales. Perfiles corporativos en redes sociales. Formatos de contenido. Noticias y contenidos patrocinados. Plan de comunicación de la organización/empresa. Herramientas de monitoreo. Indicadores clave (KPIs) de gestión. Palabras clave. Datos del monitoreo. Perfiles definidos. Histórico de datos. Tendencia de los indicadores. Técnicas de marketing y publicidad. Contenido: artículos, entrevistas a expertos, secciones recurrentes de blogging, sorteos, concursos, fotografías, videos, imágenes, entre otros. Comentarios e interacciones de usuarios. Canales offline.</li></ul>
<b>Información</b>	Canales de distribución de contenido. Calendario editorial. Calendario de publicaciones. Calendario de contenido. Calendario de redes sociales. Imagen de marca. Línea editorial y de contenido proveída por la organización/empresa. Plan de comunicación. Información de perfiles corporativos en redes sociales. Ley N° 6534/2020 De protección de datos personales crediticios. Formatos de contenido. Herramientas de monitorización. Indicadores clave (KPIs). Palabras clave. Herramientas de analítica. Datos de la motorización. La competencia. Perfiles en redes sociales. Histórico de datos. Tendencia de los indicadores. Incidencias. Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal. Protocolos de actuación en redes sociales de la organización/empresa. Manuales de usuario. Cuestionario de preguntas frecuentes. Manuales de redes sociales de la organización.
<b>Principales resultados del trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acciones de comunicación de redes sociales en los canales digitales de comunicación generada.</li><li>• Áreas de negocio y/o marca atendida.</li><li>• Necesidades y expectativas de los clientes, atendidas.</li><li>• Impacto en la audiencia generado.</li><li>• Experiencia de usuario mejorada.</li><li>• Acciones que conforman la estrategia de redes sociales en los canales digitales desarrollados.</li><li>• Imagen de marca potenciada.</li><li>• Normativa de protección de datos de carácter personal aplicada.</li><li>• Acciones de creación y actualización de los perfiles en las distintas redes sociales desarrolladas.</li><li>• Piezas de contenido digital a través de los distintos canales publicados.</li><li>• Calendario editorial difundido.</li><li>• Imagen de marca difundida.</li><li>• Indicadores clave (KPIs) en redes sociales y canales digitales monitoreados.</li></ul>

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Tendencia identificada.
- Participación de los usuarios en redes sociales fomentada.
- Contenido de los usuarios de las distintas comunidades generado.
- Feedback recogido.
- Gestión eficaz de las incidencias realizadas.
- Demanda atendida.

### AUTORIDADES

Actividad conjunta entre el Ministerio de Educación y Ciencias y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social a través de la Unidad Técnica Interministerial del Consejo Nacional de Educación y Trabajo (CNET), para la construcción del Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales (CNPP).

Toda la información suministrada en el presente documento podrá ser utilizada mencionando la fuente.

**Santiago Peña Palacios**  
Presidente de la República del Paraguay

**Luis Fernando Ramírez Silva**  
Ministro de Educación y Ciencias

**Mónica Isabel Recalde De Giacomi**  
Ministra de Trabajo, Empleo y Seguridad Social

**David Velázquez Seiferheld**  
Viceministro de Educación Básica

**César Augusto Segovia Villasantti**  
Viceministro de Trabajo

**Marien Peggy Martínez Stark**  
Viceministra de Educación Superior y Ciencias

**Verónica Diana López Benítez**  
Viceministra de Empleo y Seguridad Social

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

Ficha de Autoridades	
MEC	MTESS
<b>Zulma Patricia Morales Fernández,</b> Coordinadora General Unidad Técnica Interministerial Consejo Nacional de Educación y Trabajo	<b>Alfredo Javier Mongelós</b> Coordinador General Unidad Técnica Interministerial Consejo Nacional de Educación y Trabajo.
<b>Tania Quintana de Giangiácomo,</b> Coordinadora Adjunta Unidad Técnica Interministerial Consejo Nacional de Educación y Trabajo	<b>José Cogliolo</b> Director General Servicio Nacional de Promoción Profesional
<b>Felicia González,</b> Directora General de Desarrollo Educativo	
<b>Nilda Inés Alum de Valiente,</b> Directora General de Educación Permanente de Personas Jóvenes y Adultas	
<b>Ana Margarita Mello Martínez,</b> Directora General del Tercer Ciclo de la Educación Escolar Básica y de la Educación Media	
<b>Daniel Alfredo Pérez González,</b> Director General de Universidades, Institutos Superiores e Institutos Técnicos Superiores	
<b>Juan Manuel Arce Leiva,</b> Director General de Asesoría Jurídica	

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**FICHA TÉCNICA**

**Familia Profesional:** Comercialización y Marketing (COMA)

**Perfil Profesional:** Marketing y Comunicación por canales convencionales y/o digitales.

**Nivel de cualificación:** 2 (dos)

**Código del Perfil:** COMA0118\_2

**Grupo de Trabajo de Identificación de Perfiles Profesionales.**

- **Aristóteles Fernández**, Consultor Empresa Eductrade.
- **Tania Quintana**, Coordinación Adjunta, CNET – MEC.
- **Mónica Lezcano**, Unidad Técnica Interministerial, CNET – MEC.
- **María Cristina Corvalán**, SNPP – MTESS.
- **Derlis Cabrera**, SINAFOCAL - MTESS.

**Proyecto: Impulsando la Calidad Educativa en Paraguay – Componente 3 EFTP Y SNCP, con la Cooperación de la UE – OEI**

- **Lourdes Britos**, Especialista de la Línea 3 – Componente 3 – OEI – UE.
- **Aristóteles Fernández**, Consultor - EDUCTRADE.
- **Susana Villarroel**, Consultora metodológica - EDUCTRADE.
- **Diana Enrique**, Apoyo de la Línea 3.

**Expertos ocupacionales consultados:**

- **Sonia Beatriz Ayala Ortiz**, RETAIL S.A
- **Alessandra Zanotti Cavazzoni**, Manpower Group.
- **Raquel Dentice**, Asociación Py de Centros de Contacto & BPO
- **Irene Martínez de Mendoza**, Cámara Paraguaya de Supermercados
- **María Alejandra Chirife Breglia**, Inmobiliaria del Este S.A.
- **Silvia Trinidad**, Grupo NGO
- **Otmar Arturo Torres Isasi**, Cadena Real S.A.

**Participantes Mesa Sectorial:**

**Por el sector:**

- **Luis Ávalos**, Retail SA
- **Nelson Román**, INDUFAR CISA
- **Sandra Oreló**, Asociación Paraguaya de Centros de Contacto y BPO (Apex América Paraguay)
- **Rodrigo Maldonado**, Todo Franquicia S.A.

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- **Yeni Pullares**, Alex S.A.
- **María Alejandra Chirife**, IDESA
- **Mirtha Bellasai**, IDESA

### Por OEI

- **Lourdes Britos**, OEI – UE.
- **Aristóteles Fernández**, Empresa EDUCTRADE.
- **Diana Enrique**, OEI – UE.

### Por MEC

- **Tania Quintana**, Unidad Técnica Interministerial – CNET.
- **Silvia Candia**, Unidad Técnica Interministerial – CNET.
- **Mónica Lezcano**, Unidad Técnica Interministerial – CNET.
- **Emilia Rotela**, Unidad Técnica Interministerial – CNET.

### Por MTESS

- **María Cristina Corvalán**, SNPP
- **Estela Díaza de Rodríguez**, SNPP
- **Fernando Viveros**, SINAFOCAL
- **Derlis Cabrera**, SINAFOCAL
- **Johanna Génez**, SINAFOCAL.

**Fecha de validación por Mesa Sectorial:** 30/04/2024 – Acta N° 05/2024.

### **Revisión Metodológica**

#### MEC

- **Aldo Rolón Martí**, Unidad Técnica Interministerial, CNET.
- **Mónica Lezcano de Ruiz Diaz**, Unidad Técnica Interministerial, CNET.
- **Raúl Sosa Saucedo**, Unidad Técnica Interministerial, CNET.
- **Emilia Rotela de Acosta** Unidad Técnica Interministerial, CNET.

#### MTESS

- **Lis Loncharich**, SNPP.
- **Estela Miranda**, SNPP
- **Catalina Miltos**, SINAFOCAL
- **María Alejandra Ríos**, SINAFOCAL.

**Fecha de cierre de validación del documento:** 05/03/2024 – Informe Técnico N° 03/2024.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Equipo Normativo**

- **Pedro González**, Dirección Jurídica SINAFOCAL-MTESS
- **Tania Quintana**, Unidad Técnica Interministerial – MEC
- **Beatriz León**, Unidad Técnica Interministerial – MEC
- **Lilian Villalba**, Dirección General de Asesoría Jurídica – MEC
- **Silvia Candia**, Unidad Técnica Interministerial – MEC
- **Marta Barrios**, Dirección General de Educación Permanente de Personas Jóvenes y Adultas – MEC
- **Lilian Ortellado**, Dirección General de Universidades, Institutos Superiores e Institutos Técnicos Superiores – MEC

**Fecha de cierre del documento: 11/09/2024 – Informe N° 13/2024.**

**Asunción, Paraguay  
2025**

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**ANEXO II**

**FAMILIA PROFESIONAL  
COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA)**

**MÓDULOS FORMATIVOS CORRESPONDIENTES AL  
PERFIL PROFESIONAL**

Marketing y Comunicación por canales convencionales y/o digitales

**NIVEL DE CUALIFICACIÓN:** 2 (dos)

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**MÓDULOS FORMATIVOS**

**FAMILIA PROFESIONAL:** Comercialización y Marketing (COMA).

**PERFIL PROFESIONAL:** Marketing y Comunicación por canales convencionales y/o digitales

**NIVEL DE CUALIFICACIÓN:** 2 (dos)

**UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS**

<b>Unidades de Competencia</b>	<b>Código de la Unidad de Competencia</b>
1. Realizar estudio de mercado.	UC0321_2
2. Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.	UC0322_2
3. Ejecutar la estrategia de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales.	UC0323_2

<b>Módulos Formativos</b>	<b>Carga Horaria</b>	<b>Código del Módulo Formativo</b>
1. Estudio de mercados.	180	MF0306_2
2. Mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.	230	MF0307_2
3. Comunicación a través de medios no convencionales, con énfasis en redes sociales.	230	MF0308_2

**ASOCIACIÓN ENTRE UNIDADES DE COMPETENCIA Y MÓDULOS FORMATIVOS**

<b>Unidades de Competencia</b>	<b>Módulos Formativos</b>	<b>Carga Horaria</b>
Realizar estudio de mercado	Estudio de mercados	180
Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.	Mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales	230
Ejecutar la estrategia de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales	Comunicación a través de medios no convencionales con énfasis en redes sociales	230

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>MÓDULO FORMATIVO 1</b>	
<b>Nombre del Módulo Formativo</b>	Estudio de mercados.
<b>Código</b>	MF0306_2
<b>Nivel de competencia (CNPP)</b>	2 (dos)
<b>Duración</b>	180 horas
<b>UC asociada</b>	Realizar estudio de mercado.
<b>Objetivo General</b>	
Realizar estudio de mercado.	
<b>Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación</b>	
<b>RA.1.</b> Utilizar las fuentes que sean necesarios para obtener información clave del mercado según lineamientos de la organización/empresa.	
<b>C.E.1.1.</b> Identificar los tipos de fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias que proporcionen datos representativos de potenciales clientes para su uso en la inteligencia de negocios.	
<b>C.E.1.2.</b> Identificar las variables socioeconómicas de clientes y potenciales clientes utilizando criterios económicos y financieros como ingreso percápita o ingreso familiar según criterios preestablecidos.	
<b>C.E.1.3.</b> Clasificar a clientes y potenciales clientes en segmentos de tipo A, B o C involucradas en el proceso de relevamiento de la información para dirigir las estrategias de comunicación a segmentos específicos.	
<b>C.E.1.4.</b> Aplicar encuestas sencillas para el relevamiento de información cualitativa y cuantitativa en el tiempo y forma establecido por el plan de trabajo.	
<b>C.E.1.5.</b> Aplicar técnicas de observación cuantitativa (conteo, promedio y media) y cualitativa (clasificación, etnografía, culturales) respetando los procedimientos establecidos.	
<b>C.E.1.6.</b> Describir los elementos constitutivos de una entrevista cualitativa y cuantitativa que garanticen su correcta aplicación según estándares predefinidos.	
<b>C.E.1.7.</b> Describir la técnica de <i>mystery shopper</i> para asegurar su correcta aplicación en estudios de mercado.	
<b>C.E.1.8.</b> Clasificar a competidores según tipo, tamaño, precio, calidad, etc. para garantizar una toma de decisiones cercanas al negocio.	
<b>C.E.1.9.</b> Identificar los elementos básicos de un presupuesto de recogida de información y la política de viático/gastos según el caso presentado y/o procedimientos de la empresa.	
<b>C.E.1.10.</b> Detallar la información clave de fuentes preseleccionadas redactando un informe de las fuentes seleccionadas y aplicadas.	
<b>C.E.1.11.</b> Demostrar respeto y rigurosidad en la aplicación de las herramientas de acopio de información cuantitativa según el código de ética de la empresa.	

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**RA.2. Realizar la carga de la información recogida de los mercados.**

**C.E.2.1.** Determinar la información clave de las fuentes seleccionadas a ser cargada para la toma de decisiones según protocolos predeterminados de la empresa.

**C.E.2.2.** Usar información de nombre y apellido, fecha de nacimiento, rango etario, número de cédula, ubicación/dirección, número de contacto, correo electrónico para alimentar la base de datos predefinida.

**C.E.2.3.** Usar información disponible en Internet y bases de datos internas y externas, utilizando motores de búsqueda "online".

**C.E.2.4.** Clasificar la información según prioridad, importancia, fecha, segmento, etc. obtenida de las encuestas, entrevistas y/u observación, aplicando procedimientos y/o criterios preestablecidos.

**C.E.2.5.** Interpretar la información procedente de encuestas, entrevistas, observaciones, respuesta de reclamaciones u otras, tabulando o procesándola de acuerdo a criterios preestablecidos.

**C.E.2.6.** Aplicar los procedimientos de control en la carga/organización de información como:

- Fiabilidad
- Exactitud
- Limpieza
- Estandarización de formato (fecha, etc.)
- Actualización

según criterios estandarizados de la empresa.

**C.E.2.7.** Actualizar la información de clientes o gestiones básicas en el sistema/programa para el caso en que los datos precedentes coincidan con algún usuario/prospecto/cliente, de acuerdo con los procedimientos establecidos verificando previamente el funcionamiento de los equipos y sistemas/programas disponibles, detectando con prontitud y eficacia cualquier tipo de anomalía.

**C.E.2.8.** Mostrar sincero interés por la calidad y la importancia de la información recogida según parámetros preestablecidos por la empresa.

**RA.3. Utilizar técnicas básicas de estadística para comprender la información y/o datos de mercado según parámetros/indicadores preestablecidos.**

**C.E.3.1.** Aplicar técnicas básicas tales como clasificación, promedio, porcentaje u otras de similar nivel de complejidad, a la información recogida, obteniendo información útil de los mercados, clientes y competidores según procedimientos definidos.

**C.E.3.2.** Comparar los valores obtenidos de la aplicación de las técnicas estadísticas con parámetros de referencia proveídos.

**C.E.3.3.** Utilizar la información proveída por la organización/empresa respecto a las promociones, precio final, las condiciones de venta, política de descuentos y/o recargos correspondientes al producto y/o servicio ofrecido según criterios preestablecidos.

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**C.E.3.4.** Redactar breves conclusiones, recomendaciones y/o sugerencias según los procedimientos establecidos.

**C.E.3.5.** Demostrar iniciativa e interés por el conocimiento, identificación e interpretación de los datos de clientes y del mercado según estándares de calidad preestablecidos.

**RA.4. Aplicar acciones de comunicación, difusión y marketing según planes preestablecidos.**

**C.E.4.1.** Ejecutar acciones específicas del plan de difusión, comunicación y/o marketing, utilizando conjunta o individualmente:

- Medios convencionales ATL (medios masivos) como ser radio, tv, periódicos impresos, etc.
- Medios no convencionales BTL, como ser redes sociales o internet

Según criterios pre definidos.

**C.E.4.2.** Derivar a las instancias correspondientes las recomendaciones y/o sugerencias procedentes de las acciones de comunicación realizadas en medios convencionales y/o no convencionales.

**C.E.4.3.** Realizar la carga en el sistema de las recomendaciones y/o sugerencias procedentes de las acciones de comunicación/promoción según protocolos y/o procedimientos predefinidos.

**C.E.4.4.** Detallar en un breve informe los aspectos fundamentales de una campaña de difusión/comunicación, tales como:

- Fecha de inicio y fin de la promoción
- Cantidad de emisiones, publicaciones o repeticiones por día/semana/mes
- Número/cantidad de usuarios alcanzados
- Cobertura y alcance de las publicaciones

**C.E.4.5.** Demostrar iniciativa en la participación de actividades y/o eventos de difusión según estándares de calidad preestablecidos.

**Contenidos formativos**

**Conceptuales:**

**Clasificación fundamental de las fuentes de información**

- Fuentes de información, internas (planillas impresas, digitales, Customer Relationship Management/CRM, etc.) y externas (base de datos adquiridas, etc.),
- Fuentes primarias (estudios de mercado realizados por la organización/empresa) y secundarias (encuestas de consultoras, revistas especializadas, informes oficiales del Instituto Nacional de Estadística, investigaciones del sector, etc.)
- Variables socioeconómicas y financieras de potenciales clientes
- Características comerciales de los segmentos A, B y C
- Parámetros necesarios de la población objeto de estudio, tipo y tamaño de la muestra, preguntas-clave del cuestionario

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Las encuestas de relevamiento. Tipos
- Técnicas, herramientas de recolección de información de clientes y/o potenciales clientes, competidores
- Técnicas encuestas de observación cuantitativa (conteo, promedio y media) y cualitativa (clasificación, etnografía, culturales).
- La entrevista cualitativa y cuantitativa. Elementos constitutivos
- La técnica de mystery shopper.
- Clasificación y tipología de competidores según tamaño, precio, calidad, rubro, sector, etc.
- Plazos, tiempo para obtención de datos
- Composición básica de un presupuesto de acopio de datos.

### Carga de información

- Técnicas de clasificación de la información según prioridad, importancia, fecha, segmento, etc.
- Promociones, precio final, las condiciones de venta, política de descuentos y/o recargos correspondientes al producto y/o servicio
- Motores de búsqueda "online" tales como: Google; Bing; DuckDuckGo; Archive.org; Startpage; Gibiru; Qwant; Yahoo Search.
- Procedimientos de control en la carga/organización de información fiable como:
  - Limpieza
  - Estandarización de formato (fecha, etc.)
  - Actualización
- Uso y funcionamiento correcto de los equipos y sistemas/programas disponibles.

### Técnicas básicas de estadística

- Técnicas básicas de la estadística. (clasificación, promedio, porcentaje u otras de similar nivel de complejidad)
- Estadística de mercados ratios e indicadores
- Parámetros y KPIs de medición elementales en el marketing.
- Las 4P del marketing.
- El branding y el concepto de valor.
- Alcance de las acciones de difusión, comunicación, marketing.

### Acciones de comunicación, difusión y marketing

- Plan de difusión, comunicación y/o marketing.
- Acciones de comunicación/promoción realizadas en medios convencionales y/o no convencionales
- Aspectos fundamentales de una campaña de difusión/comunicación, tales como:

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Fecha de inicio y fin de la promoción
- Cantidad de emisiones, publicaciones o repeticiones por día/semana/mes
- Número/cantidad de usuarios alcanzados
- Cobertura y alcance de las publicaciones

### Procedimentales

#### Clasificación fundamental de las fuentes de información

- Recopilación de fuentes de información internas, externas, primarias y secundarias.
- Identificación de variables socioeconómicas de potenciales clientes.
- Clasificación de clientes y potenciales clientes en segmentos de tipo A, B o C
- Aplicación de técnicas y herramientas de recolección de información de clientes y/o potenciales clientes
- Aplicación de técnicas de mystery shopper.
- Elaboración de presupuesto según variables (tiempo, ubicación, viático, gastos y otros)

#### Carga de información

- Generación de base de datos
- Registro de información, tabulación, procesamiento
- Uso de Aplicaciones informáticas
  - Uso de base de datos
  - Confección de documentos
  - Uso de aplicativos de cálculo básico
  - Uso de aplicativos de gestión de ventas o clientes
  - Uso de Herramientas propias de Internet
- Clasificación de la información según prioridad, importancia, fecha, segmento, etc.
- Tabulación de la información procedente de encuestas, entrevistas, observaciones, respuesta de reclamaciones u otras.

#### Técnicas básicas de estadística

- Aplicación de técnicas estadísticas.
- Obtención de información útil de los mercados, clientes y competidores

#### Acciones de comunicación, difusión y marketing

- Aplicación de acciones del plan de difusión, comunicación y/o marketing.
- Uso de los medios convencionales ATL (medios masivos) como ser radio, tv, periódicos impresos, etc.
- Uso de los medios no convencionales BTL, como ser redes sociales o internet
- Carga en el sistema de las recomendaciones y/o sugerencias
- Análisis de los aspectos fundamentales de una campaña de difusión/comunicación

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Redacción de un breve informe sobre los aspectos fundamentales de una campaña de difusión/comunicación.

**Actitudinales:**

- Iniciativa e interés por las acciones de comunicación.
- Valoración y reconocimiento de los aspectos cruciales de una difusión.
- Demostración de comportamiento ético en el manejo de distintos escenarios de comunicación y marketing.
- Valoración de los riesgos potenciales o el fracaso de estrategias y acciones de comunicación.
- Prolijidad y orden en el manejo de medios convencionales.
- Respeto y rigurosidad en la aplicación de las normas vigentes y de los procedimientos estandarizados.
- Actitud de trabajo en equipo en la ejecución de labores que requieran de tareas compartidas.
- Respeto y cuidado a los equipos y equipamientos de la organización.
- Demostración de desempeño ejemplar en el cumplimiento personal y colectivo en la aplicación de la ética profesional.
- Mostrar sincero interés por la calidad y la importancia de la información recogida.

**Requisitos mínimos de acceso al módulo**

Cumplir uno de los siguientes requisitos:

- Educación Escolar Básica concluida.
- Educación Básica Bilingüe para Personas Jóvenes y Adultas concluida.
- Certificado de Auxiliar (nivel 1 de cualificación).
- Certificación de competencias ligada a perfiles del CNPP de nivel 1 de cualificación.

**Perfil del profesional formador**

Perfil académico (competencias técnicas)	Experiencia profesional requerida*	
	Con titulación	Sin titulación**
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor/docente en la especialidad o área de la familia profesional o,</li> <li>- Título de Técnico Superior concluido en la especialidad requerida o,</li> <li>- Título de grado o postgrado equivalente o superior relacionado con el módulo formativo</li> </ul>	1 año de experiencia laboral	3 años de experiencia laboral

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

(\*) En el área relacionada con el módulo formativo.

(\*\*) En el caso de que el formador no cuente con titulación.

<b>Competencias pedagógicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor en cualquier especialidad o,</li> <li>- Habilitación pedagógica/ habilitación metodológica requerida por cada Administración responsable o,</li> <li>- Título de profesor profesionalizante.</li> <li>- Formación basada en competencias (no excluyente)</li> </ul>
---------------------------------	---

<b>Requisitos básicos de espacios, infraestructuras y equipamiento</b>		
<b>Espacio</b>	<b>Hasta 20 estudiantes</b>	<b>Hasta 40 estudiantes</b>
<i>Aula polivalente</i>	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante
<i>Laboratorio de informática</i>	40 m <sup>2</sup>	80 m <sup>2</sup>
<i>Red didáctica al aire libre</i>	120 m <sup>2</sup>	160 m <sup>2</sup>
<i>Depósito de materiales didácticos.</i>	6 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup>
<b>Infraestructuras básicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suministro eléctrico con tomas de corrientes</li> <li>- Iluminación adecuada</li> <li>- Sistema de ventilación</li> <li>- Sistema de aire acondicionado</li> <li>- Accesibilidad universal a los espacios</li> <li>- Extintores y sistemas de seguridad</li> <li>- Conexión a Internet, por cable o red wifi</li> </ul>		
<b>Equipamiento de los espacios</b>		
<b>Nombre del espacio</b>	<b>Equipos, mobiliario y materiales</b>	
<i>Aula polivalente</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notebook o PC (docente).</li> <li>- Proyector multimedia.</li> <li>- Pizarra acrílica, pincel y borrador.</li> <li>- Aplicaciones informáticas de uso general instaladas en los equipos.</li> <li>- Sillas (una para cada estudiante).</li> <li>- Mesas de trabajo (acorde a la cantidad de participantes), para trabajo con o sin computador.</li> <li>- Escritorio y silla para el docente.</li> </ul>	
<i>Depósito de materiales</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estanterías o gabinetes apropiados para el almacenamiento de los equipos y materiales didácticos.</li> </ul>	

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<i>Laboratorio de informática</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notebook o PC (docente).</li> <li>- Proyector multimedia.</li> <li>- Pizarra acrílica, pincel y borrador.</li> <li>- Aplicaciones informáticas de uso general instaladas en los equipos.</li> <li>- Sistemas de gestión de bases de datos específicos.</li> <li>- Software de administración y monitoreo.</li> <li>- Herramientas de respaldo y recuperación.</li> <li>- Sillas (una para cada estudiante).</li> <li>- Mesas de trabajo (acorde a la cantidad de participantes)</li> <li>- Escritorio y silla para el docente o instructor.</li> <li>- Ordenadores con acceso a internet y software de SGBD instalado para las actividades prácticas.</li> <li>- Material de apoyo impreso o digital, como manuales y guías de referencia.</li> <li>- Impresora.</li> </ul>
-----------------------------------	--

<b>MÓDULO FORMATIVO 2</b>	
<b>Nombre del Módulo Formativo</b>	Mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales
<b>Código</b>	MF00XX_2
<b>Nivel de competencia (CNPP)</b>	2 (dos)
<b>Duración</b>	230 horas
<b>UC asociada</b>	Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales
<b>Objetivo General</b>	
Realizar acciones de mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales	
<b>Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación</b>	
<b>RA.1. Identificar los elementos básicos para la elaboración de materiales de marketing y comunicación en soportes convencionales y no convencionales.</b>	
<b>C.E.1.1.</b> Identificar las fuentes básicas de información, bancos de datos y bancos de imágenes de acuerdo a los objetivos, contenido y tipo de soporte/material según procedimientos estandarizados por la empresa.	
<b>C.E.1.2.</b> Usar el contenido, texto e imágenes preestablecidas de acuerdo con los objetivos del material a realizar y según los delineamientos definidos.	
<b>C.E.1.3.</b> Analizar la información, datos e imágenes extraídos para incluir palabras claves que	

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

mejoren el rastreo de las publicaciones.

**C.E.1.4.** Describir la legislación vigente en materia de derechos de uso y propiedad intelectual para la elaboración de materiales de marketing y comunicación.

**C.E.1.5.** Identificar proveedores, servicios, productos que puedan proporcionar soportes, materiales, medios, insumos, servicios o información para difusión según estándares preestablecidos.

**C.E.1.6.** Usar los medios convencionales y no convencionales, principalmente gratuitos para la difusión, comunicación y/o marketing de los productos y servicios preestablecidos.

**C.E.1.7.** Demostrar disposición en la interpretación e identificación de la información técnica de los materiales de difusión y comunicación según los estándares de calidad de la empresa.

**RA.2. Realizar la difusión de materiales publicitarios para su transmisión eficaz al público objetivo.**

**C.E.2.1.** Analizar las acciones de difusión de material de acuerdo a parámetros establecidos, tales como número, calidad y destino, utilizando medios eficaces y económicos.

**C.E.2.2.** Definir el calendario de difusión de materiales, ejecutando las acciones publi-promocionales según criterios preestablecidos.

**C.E.2.3.** Describir las políticas y/o procedimientos básicos de seguimiento de acciones de acuerdo a lo previsto por la organización/empresa.

**C.E.2.4.** Identificar las incidencias que puedan afectar el desarrollo de las acciones de difusión presentadas según estándares predefinidos.

**C.E.2.5.** Mostrar interés por el conocimiento e identificación de las innovaciones tecnológicas en la comunicación y el marketing para su uso en la mercadotecnia de la empresa.

**RA.3. Preparar un plan de las acciones básicas en la realización de eventos de comunicación/marketing, siguiendo protocolo y/o criterios establecidos.**

**C.E.3.1.** Elaborar un plan de acción determinando los recursos, insumos, materiales, equipos y medios básicos necesarios para la ejecución del evento en función de las características y tipo de evento determinado.

**C.E.3.2.** Describir los procedimientos de traslado de recursos, insumos, materiales, equipos y medios básicos necesarios para la ejecución del evento en función de las características y tipo de evento predeterminado.

**C.E.3.3.** Describir las gestiones básicas necesarias para la realización de un evento, tales como pagos en ventanilla, presentación de documentos, obtención de permisos y licencias para la ejecución del evento.

**C.E.3.4.** Realizar la verificación de las condiciones básicas del lugar/sala, recursos, equipo y material para el desarrollo de eventos en función del tipo de acto, protocolo establecido, número de asistentes, acondicionamiento, sonorización y señalización entre otros.

**C.E.3.5.** Determinar las acciones que contribuyan al orden, la estética, la colocación,

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

distribución y/o presentación de los materiales empleados en el evento.

**C.E.3.6.** Explicar el mecanismo de registro de asistencia de las personas u organizaciones convocadas, siguiendo criterios preestablecidos.

**C.E.3.7.** Detallar las acciones que permitan el retorno de los recursos, insumos, materiales, equipos y medios empleados en el evento en función a casos preestablecidos.

**C.E.3.8.** Demostrar iniciativa e interés por el conocimiento, identificación y el diseño de actividades de difusión según estándares preestablecidos.

### Contenidos formativos

#### Conceptuales:

##### Materiales de marketing y comunicación

- Fuentes de información. Bancos de datos y bancos de imágenes
- Tipo de soporte/material
- Criterios y normativa para el uso y publicación de contenido.
- Técnicas de posicionamiento de publicaciones y/o marcas.
- Técnicas de optimización de rastreo de publicaciones.
- Legislación vigente en materia de derechos de uso y propiedad intelectual.
- Criterios para la selección de proveedores de servicios
- Medios convencionales de comunicación y marketing. Ferias, Street marketing, Televenta, etc.
- Información de proveedores, servicios, productos

##### Difusión de materiales publicitarios

- Estrategias con influencers.
- Acciones publi-promocionales más empleadas en el mercado.
- Técnicas de posicionamiento de publicaciones y/o marcas.
- Plan de publicación
- Cronograma de difusión.
- Políticas y/o procedimientos básicos de seguimiento de acciones.
- Técnicas de optimización de rastreo de publicaciones

##### Eventos de comunicación/marketing

- Tipo de evento. Clasificación
- Protocolos básicos de actuación en eventos
- Logística de un evento. Lista de recursos, insumos, materiales, equipos y medios básicos necesarios para la ejecución de un evento
- Permisos y licencias para la ejecución del evento
- Aspectos administrativos de un evento
- Protocolos de estética y etiqueta de eventos.
- Mecanismos de registro de personas u organizaciones en eventos

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- El protocolo de retorno.

**Procedimentales**

**Elaboración de materiales de Marketing y comunicación**

- Uso de bancos de datos y bancos de imágenes
- Aplicación de criterios y normativas para el uso y publicación de contenido.
- Aplicación de técnicas de posicionamiento de publicaciones y/o marcas.
- Uso de técnicas de optimización de rastreo de publicaciones.
- Identificación de la legislación vigente en materia de derechos de uso y propiedad intelectual.
- Aplicación de criterios para la selección de proveedores de servicios
- Uso de medios convencionales de comunicación y marketing.
- Análisis de riesgo

**Difusión de materiales publicitarios**

- Utilización de estrategias con influencers.
- Determinación de los factores indispensables para el Plan de publicación
- Ejecución del cronograma de difusión.
- Identificación de las políticas y/o procedimientos básicos de seguimiento de acciones.
- Aplicación de análisis de riesgo y mecanismos paliativos.

**Acciones básicas en la realización de eventos**

- Determinación del tipo de evento
- Ejecución de protocolos básicos de actuación en eventos
- Previsión de la logística de eventos
- Interpretación y evaluación de los aspectos administrativos de un evento
- Aplicación de protocolos de estética y etiqueta de eventos.
- Aplicación de mecanismos de registro de personas u organizaciones en eventos
- Aplicación del protocolo de retorno.

**Actitudinales:**

- Iniciativa e interés por el conocimiento de eventos de comunicación y difusión.
- Valoración y reconocimiento de los riesgos.
- Demostración de comportamiento ético en el manejo de valores.
- Valoración de las acciones preventivas ante riesgos en relación al manejo de valores.
- Valoración de los riesgos potenciales
- Proligidad y orden en el manejo de los documentos solicitados en ventanilla.
- Respeto y rigurosidad en la aplicación de las normas vigentes y de los procedimientos para cada tipo de evento.
- Actitud de trabajo en equipo en la ejecución de labores de transporte de productos.
- Respeto y cuidado a los equipos y equipamientos de la organización.

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Compromiso de entender y aplicar las medidas básicas de seguridad para la manipulación y/o traslado de materiales de difusión.
- Demostración de desempeño ejemplar en el cumplimiento personal y colectivo en la aplicación de la ética profesional.

### Requisitos mínimos de acceso al módulo

Cumplir uno de los siguientes requisitos:

- Educación Escolar Básica concluida.
- Educación Básica Bilingüe para Personas Jóvenes y Adultas concluida.
- Certificado de Auxiliar (nivel 1 de cualificación).
- Certificación de competencias ligada a perfiles del CNPP de nivel 1 de cualificación.

### Perfil del profesional formador

Perfil académico (competencias técnicas)	Experiencia profesional requerida*	
	Con titulación	Sin titulación**
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor/docente en la especialidad o área de la familia profesional o,</li> <li>- Título de Técnico Superior concluido en la especialidad requerida o,</li> <li>- Título de grado o postgrado equivalente o superior relacionado con el módulo formativo</li> </ul>	1 año de experiencia laboral	3 años de experiencia laboral

(\*) En el área relacionada con el módulo formativo.

(\*\*) En el caso de que el formador no cuente con titulación.

<b>Competencias pedagógicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor en cualquier especialidad o,</li> <li>- Habilitación pedagógica/ habilitación metodológica requerida por cada Administración responsable o,</li> <li>- Título de profesor profesionalizante.</li> <li>- Formación basada en competencias (no excluyente)</li> </ul>
---------------------------------	---

### Requisitos básicos de espacios, infraestructuras y equipamiento

Espacio	Hasta 20 estudiantes	Hasta 40 estudiantes
Aula polivalente	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante
Laboratorio de informática	40 m <sup>2</sup>	80 m <sup>2</sup>
Red didáctica al aire libre	120 m <sup>2</sup>	160 m <sup>2</sup>
Depósito de materiales didácticos	6 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup>

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>Infraestructuras básicas</b>	
<b>Equipamiento de los espacios</b>	
<b>Nombre del espacio</b>	<b>Equipos, mobiliario y materiales</b>
<i>Aula polivalente</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suministro eléctrico con tomas de corrientes</li> <li>- Iluminación adecuada</li> <li>- Sistema de ventilación</li> <li>- Sistema de aire acondicionado</li> <li>- Accesibilidad universal a los espacios</li> <li>- Extintores y sistemas de seguridad</li> <li>- Conexión a Internet, por cable o red wifi</li> </ul>
<i>Depósito de materiales</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estanterías o gabinetes apropiados para el almacenamiento de los equipos y materiales didácticos.</li> </ul>
<i>Laboratorio de informática</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notebook o PC (docente).</li> <li>- Proyector multimedia.</li> <li>- Pizarra acrílica, pincel y borrador.</li> <li>- Aplicaciones informáticas de uso general instaladas en los equipos.</li> <li>- Sillas (una para cada estudiante).</li> <li>- Mesas de trabajo (acorde a la cantidad de participantes), para trabajo con o sin computador.</li> <li>- Escritorio y silla para el docente.</li> </ul>

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>MÓDULO FORMATIVO 3</b>	
<b>Nombre del Módulo Formativo</b>	Comunicación a través de medios no convencionales con énfasis en redes sociales
<b>Código</b>	MF00XX_2
<b>Nivel de competencia (CNPP)</b>	2 (dos)
<b>Duración</b>	230 horas
<b>UC asociada</b>	Ejecutar la estrategia de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales
<b>Objetivo General</b>	
Ejecutar la estrategia de comunicación basada en medios no convencionales con énfasis en redes sociales.	
<b>Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación</b>	
<b>RA.1. Analizar la información clave para el uso de las redes sociales como canal estratégico de comunicación</b>	
<b>C.E.1.1.</b> Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas de uso de redes sociales como canal de comunicación. <b>C.E.1.2.</b> Identificar los elementos básicos de una segmentación de mercado en redes sociales, reconociendo la edad, sexo, gustos, preferencias, motivación, intereses, geolocalización u otras características. <b>C.E.1.3.</b> Preparar un registro básico de los parámetros identificados, definidos y/o examinados según parámetros de la empresa, tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de contenido con mayor y menor aceptación</li> <li>• Tamaño proyectado de la comunidad</li> <li>• Alcance de las publicaciones</li> <li>• Cantidad de menciones en redes de la marca, organización/empresa.</li> <li>• Tipo de contenido</li> <li>• Tráfico social</li> </ul>	
<b>C.E.1.4.</b> Demostrar un comportamiento ético de las plataformas de comunicación y marketing no convencional acorde a la normativa legal vigente.	
<b>RA.2. Realizar las acciones de creación y actualización de los perfiles con usuario personal en distintas redes sociales.</b>	
<b>C.E.2.1.</b> Realizar el “logueo” o creación de perfiles de usuario corporativo en redes sociales según parámetros estandarizados de la empresa. <b>C.E.2.2.</b> Identificar la información necesaria para crear los perfiles de las redes sociales, utilizando contenidos corporativos como:	

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Descripción de la actividad, servicios, etc.
- Logotipo
- Ubicación y cobertura
- Experiencia en el rubro
- Contacto (teléfono/correo electrónico)
- Noticias de la organización/empresa
- Fotos/Videos de productos/servicios

**C.E.2.3.** Realizar publicaciones dirigidas al público objetivo (el target) y la red social definida, siguiendo criterios de imagen de marca preestablecidos.

**C.E.2.4.** Determinar contenidos actualizados según criterios básicos del marketing:

- Producto/s o servicio/s
- Precio/s
- Punto de venta o distribución: dónde se puede conseguir el producto o servicio
- Promoción: temporalidad/duración del tema, estacionalidad, fechas claves, etc.

**C.E.2.5.** Mantener un comportamiento ético y respetuoso en el uso de plataformas digitales, canales en línea de internet y/o redes sociales, de modo a preservar la información personal y/o confidencial de usuarios

**C.E.2.6.** Mostrar interés por el conocimiento e identificación de las innovaciones tecnológicas en el diseño y difusión de materiales de marketing siguiendo los estándares de calidad de la empresa.

**RA.3. Realizar la difusión de piezas de contenido digital en las distintas redes sociales, según calendario.**

**C.E.3.1.** Detallar la información/contenido definido como relevante a ser publicado según lineamientos definidos.

**C.E.3.2.** Realizar el control previo a la publicación, del contenido definido, detectando y subsanando los posibles errores ortográficos, tipográficos, gramaticales, entre otros.

**C.E.3.3.** Inspeccionar las condiciones generales de la publicación, haciéndolo más atractivo a los usuarios, acortando las URL, utilizando imágenes adaptadas en tamaño y calidad al formato, entre otras acciones.

**C.E.3.4.** Definir las condiciones de uniformidad básica de la imagen de marca según criterios definidos por el área.

**C.E.3.5.** Verificar las etapas e hitos claves del calendario de publicaciones para realizar publicaciones de contenidos según criterios predefinidos.

**C.E.3.6.** Realizar la publicación de las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada red social, teniendo en cuenta los horarios y ubicación del público objetivo.

**C.E.3.7.** Demostrar respeto y rigurosidad en la aplicación de las acciones comprometidas en el calendario de publicaciones respetando la normativa vigente.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>RA.4. Realizar el seguimiento de las publicaciones en las redes sociales para la identificación de tendencias y su potencial replicabilidad.</b>
<b>C.E.4.1.</b> Realizar el control de forma permanente y activa las interacciones generadas en las redes sociales, detectando los contenidos inadecuados según criterios preestablecidos.
<b>C.E.4.2.</b> Aplicar de forma periódica los indicadores básicos de medición (KPIs) predefinidos para el seguimiento de las publicaciones.
<b>C.E.4.3.</b> Comparar el impacto de las publicaciones utilizando palabras claves, opiniones de usuarios y el número de interacciones que identifiquen tendencias de los indicadores KPIs.
<b>C.E.4.4.</b> Analizar los datos extraídos del seguimiento a partir de su cruce con otras informaciones, comprobando las tendencias, los resultados, su repercusión o los datos históricos.
<b>C.E.4.5.</b> Analizar las conclusiones derivadas de los datos analizados sobre el contenido de redes sociales, optimizando y retroalimentando las acciones realizadas.
<b>C.E.4.6.</b> Demostrar iniciativa e interés por las opiniones e interacciones de los usuarios en las distintas redes sociales respetando los parámetros y estándares de calidad de la empresa.
<b>RA.5. Analizar la participación e interacción de los usuarios en redes sociales a través de criterios preestablecidos.</b>
<b>C.E.5.1.</b> Usar técnicas básicas del marketing para potenciar la participación e interacción de los usuarios.
<b>C.E.5.2.</b> Identificar el contenido de interés para la comunidad objetivo (por ejemplo: artículos, entrevistas a expertos, secciones recurrentes de blogging, sorteos, concursos, fotografías, videos, imágenes, según criterios definidos).
<b>C.E.5.3.</b> Describir las políticas, criterios y procedimientos de comunicación preestablecidos en redes sociales.
<b>C.E.5.4.</b> Responder los comentarios e interacciones de los usuarios con el fin de dar respuesta a incidencias, necesidades, expectativas y/o consultas.
<b>C.E.5.5.</b> Responder según el ámbito de actuación, las incidencias detectadas, aplicando el tratamiento protocolario y respetando los lineamientos preestablecidos.
<b>C.E.5.6.</b> Responder las preguntas, sugerencias y/o comentarios de los usuarios en redes sociales según la tipología de la red donde se haya producido la interacción, cuidando del tono, frecuencia de respuesta, tiempos de resolución, planes de contingencia y/o casuística en estos medios.
<b>C.E.5.7.</b> Analizar la escalabilidad de las publicaciones dirigidas a la comunicación meta según protocolos preestablecidos por la empresa.
<b>C.E.5.8.</b> Interpretar la/s incidencia/s negativas y comunicar a los departamentos y/o personal implicado según mecanismos preestablecidos.
<b>C.E.5.9.</b> Demostrar predisposición en la interpretación e identificación de incidencias en tiempo y forma según estándares de eficiencia y efectividad de la empresa.

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Contenidos formativos**

**Conceptuales:**

**Información clave para el uso de las redes sociales**

- Matriz FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas)
- Elementos de segmentación de mercado en redes sociales y criterios de segmentación con base en la edad, sexo, gustos, preferencias, motivación, intereses, geolocalización u otras características.
- Parámetros generales para la generación de contenidos
  - Tipo de contenido con mayor y menor aceptación
  - Tamaño proyectado de la comunidad
  - Alcance de las publicaciones
  - Cantidad de menciones en redes de la marca, organización/empresa.
  - Tipo de contenido
  - Tráfico social
- Marketing no convencional y las redes sociales
- Características y propiedades de las principales redes sociales

**Acciones de creación y actualización de los perfiles**

- Principales pasos para la creación de perfiles de usuario personal en redes sociales.
- Características y propiedades de la Información necesaria para la creación de perfiles de las redes sociales.
- Público meta e imagen de marca digital
- Protocolos de actuación en redes sociales.
- Criterios básicos del marketing:
- Producto/s o servicio/s
- Precio/s
- Punto de venta o distribución: dónde se puede conseguir el producto o servicio
- Promoción: temporalidad/duración del tema, estacionalidad, fechas claves, etc.

**Acciones de difusión en redes sociales**

- Control de contenido
- Uniformidad, línea de diseño y kit visual
- El plan/calendario y cronograma de publicaciones
- El mapa, geolocalización y alcance de publicaciones
- Interacciones generadas en las redes sociales

**Seguimiento de las publicaciones en redes sociales**

- Indicadores de seguimiento de publicaciones, tendencias
- Herramientas de seguimiento y automatización en redes sociales y plataformas digitales.

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Participación e Interacción de los usuarios en redes sociales**

- Estrategias y acciones de comunicación y/o marketing
- La retroalimentación y su impacto en la comunicación digital
- Políticas, criterios y procedimientos de comunicación digital
- Incidencias y protocolario de incidencias
- Escalabilidad en la comunicación digital.

**Procedimentales**

**Uso de las redes sociales**

- Aplicación de la Matriz FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas)
- Aplicación de criterios de segmentación de mercado
- Usar herramientas digitales para definir el alcance geográfico de las publicaciones
- Aplicación de parámetros generales para la generación de contenidos
- Uso del marketing no convencional en las redes sociales
- Determinación de las características y propiedades de las principales redes sociales

**Creación y actualización de los perfiles**

- Identificación de los principales pasos para la creación de perfiles de usuario personal en redes sociales.
- Determinación de las características y propiedades de la Información necesaria para la creación de perfiles de las redes sociales.

**Difusión en redes sociales**

- Identificación del público meta
- Determinación de la imagen de marca digital

**Seguimiento de las publicaciones en redes sociales**

- Realización del control de contenido
- Aplicación de criterios de uniformidad, línea de diseño y kit visual
- Uso del plan/calendario y cronograma de publicaciones
- Uso de indicadores de seguimiento de publicaciones

**Participación e Interacción de los usuarios en redes sociales**

- Aplicación de las políticas, criterios y procedimientos de comunicación digital
- Medición de las incidencias y uso del protocolario de incidencias
- Aplicación de técnicas de escalabilidad en la comunicación digital
- Uso de técnicas básicas del marketing

**Actitudinales:**

- Iniciativa e interés por el uso de plataformas digitales de comunicación.
- Valoración y reconocimiento del impacto de la comunicación a través de medios no convencionales.
- Demostración de comportamiento ético en la atención a usuarios a través de medios no convencionales y el uso de redes sociales.

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- Valoración de las acciones de difusión y comunicación a través de redes sociales.
- Valoración de los aspectos emocionales en la comunicación a través de redes sociales.
- Proligidad y orden en el manejo del plan de publicaciones.
- Respeto y rigurosidad en la aplicación de los protocolos de atención de quejas y reclamaciones en plataformas sociales.
- Actitud de trabajo en equipo en la ejecución de labores conjuntas.
- Respeto y cuidado a los equipos y equipamientos de la organización.
- Compromiso de entender y aplicar las acciones referentes a las incidencias en redes sociales.
- Demostración de desempeño ejemplar en el cumplimiento personal y colectivo en la aplicación de la ética profesional.

**Requisitos mínimos de acceso al módulo**

Cumplir uno de los siguientes requisitos:

- Educación Escolar Básica concluida.
- Educación Básica Bilingüe para Personas Jóvenes y Adultas concluida.
- Certificado de Auxiliar (nivel 1 de cualificación).
- Certificación de competencias ligada a perfiles del CNPP de nivel 1 de cualificación.

**Perfil del profesional formador**

Perfil académico (competencias técnicas)	Experiencia profesional requerida*	
	Con titulación	Sin titulación**
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor/docente en la especialidad o área de la familia profesional o,</li> <li>- Título de Técnico Superior concluido en la especialidad requerida o,</li> <li>- Título de grado o postgrado equivalente o superior relacionado con el módulo formativo</li> </ul>	1 año de experiencia laboral	3 años de experiencia laboral

(\*) En el área relacionada con el módulo formativo.

(\*\*) En el caso de que el formador no cuente con titulación.

<b>Competencias pedagógicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de profesor en cualquier especialidad o,</li> <li>- Habilitación pedagógica/ habilitación metodológica requerida por cada Administración responsable o,</li> <li>- Título de profesor profesionalizante.</li> <li>- Formación basada en competencias (no excluyente)</li> </ul>
---------------------------------	---

RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

<b>Requisitos básicos de espacios, infraestructuras y equipamiento</b>		
<b>Espacio</b>	<i>Hasta 20 estudiantes</i>	<i>Hasta 40 estudiantes</i>
<i>Aula polivalente</i>	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante	1,5 m <sup>2</sup> por estudiante
<i>Laboratorio de informática</i>	40 m <sup>2</sup>	80 m <sup>2</sup>
<i>Red didáctica al aire libre</i>	120 m <sup>2</sup>	160 m <sup>2</sup>
<i>Depósito de materiales didácticos</i>	6 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup>
<b>Infraestructuras básicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suministro eléctrico con tomas de corrientes</li> <li>- Iluminación adecuada</li> <li>- Sistema de ventilación</li> <li>- Sistema de aire acondicionado</li> <li>- Accesibilidad universal a los espacios</li> <li>- Extintores y sistemas de seguridad</li> <li>- Conexión a Internet, por cable o red wifi</li> </ul>		
<b>Equipamiento de los espacios</b>		
<b>Nombre del espacio</b>	<b>Equipos, mobiliario y materiales</b>	
<i>Aula polivalente</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notebook o PC (docente).</li> <li>- Proyector multimedia.</li> <li>- Pizarra acrílica, pincel y borrador.</li> <li>- Aplicaciones informáticas de uso general instaladas en los equipos.</li> <li>- Sillas (una para cada estudiante).</li> <li>- Mesas de trabajo (acorde a la cantidad de participantes), para trabajo con o sin computador.</li> <li>- Escritorio y silla para el docente.</li> </ul>	
<i>Depósito de materiales</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estanterías o gabinetes apropiados para el almacenamiento de los equipos y materiales didácticos.</li> </ul>	
<i>Laboratorio de informática</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notebook o PC (docente).</li> <li>- Proyector multimedia.</li> <li>- Pizarra acrílica, pincel y borrador.</li> <li>- Aplicaciones informáticas de uso general instaladas en los equipos.</li> <li>- Sistemas de gestión de bases de datos específicos.</li> <li>- Software de administración y monitoreo.</li> <li>- Herramientas de respaldo y recuperación.</li> <li>- Sillas (una para cada estudiante).</li> </ul>	

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mesas de trabajo (acorde a la cantidad de participantes)</li><li>- Escritorio y silla para el docente o instructor.</li><li>- Ordenadores con acceso a internet y software de SGBD instalado para las actividades prácticas.</li><li>- Material de apoyo impreso o digital, como manuales y guías de referencia.</li><li>- Impresora.</li></ul>
--	---

### AUTORIDADES

Actividad conjunta entre el Ministerio de Educación y Ciencias y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social a través de la Unidad Técnica Interministerial del Consejo Nacional de Educación y Trabajo (CNET), para la construcción del Catálogo Nacional de Perfiles Profesionales (CNPP).

Toda la información suministrada en el presente documento podrá ser utilizada mencionando la fuente.

**Santiago Peña Palacios**

Presidente de la República del Paraguay

**MEC**

**MTESS**

**Luis Fernando Ramírez Silva**

Ministro de Educación  
y Ciencias

**Mónica Isabel Recalde De Giacomi**

Ministra de Trabajo, Empleo y Seguridad  
Social

**Marien Peggy Martínez Stark,**  
Viceministro de Educación Básica

**César Augusto Segovia Villasantti**  
Viceministro de Trabajo

**David Velázquez Seiferheld,**  
Viceministro de Educación Superior y  
Ciencias

**Verónica Diana López Benítez**  
Viceministra de Empleo y Seguridad  
Social

**Zulma Patricia Morales Fernández,**  
Coordinadora General  
Unidad Técnica Interministerial  
Consejo Nacional de Educación y Trabajo

**Alfredo Javier Mongelós,**  
Coordinador General  
Unidad Técnica Interministerial  
Consejo Nacional de Educación y Trabajo.

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

**Tania Quintana de Giangiácomo,**  
Coordinadora Adjunta  
Unidad Técnica Interministerial Consejo  
Nacional de Educación y Trabajo

**José Cogliolo,**  
Director General  
Servicio Nacional de Promoción  
Profesional

**Felicia González,**  
Directora General de Desarrollo Educativo

**Nilda Inés Alum de Valiente,**  
Directora General de Educación Permanente  
de Personas Jóvenes y Adultas

**Ana Margarita Mello Martínez,**  
Directora General del Tercer Ciclo de la  
Educación Escolar Básica y de la Educación  
Media

**Daniel Alfredo Pérez González,**  
Director General de Universidades,  
Institutos Superiores e Institutos Técnicos  
Superiores

**Juan Manuel Arce Leiva,**  
Director General de Asesoría Jurídica

### FICHA TÉCNICA

**Familia Profesional:** Comercio y Marketing (COMA)

**Perfil Profesional:** Marketing y comunicación por canales convencionales y/o digitales.

**Nivel de cualificación:** 2 (dos)

**Módulos Formativos asociados al perfil profesional:**

- Estudio de mercados.
- Mercadotecnia a través de medios convencionales y no convencionales.
- Comunicación a través de medios no convencionales, con énfasis en redes sociales.

**Grupo de Trabajo de Diseño de Módulos Formativos.**

- **Aristóteles Fernández**, Consultor Empresa Eductrade.
- **Tania Quintana**, Coordinación Adjunta, CNET – MEC.

## RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- **Mónica Lezcano**, Unidad Técnica Interministerial, CNET – MEC.
- **María Cristina Corvalán**, SNPP – MTESS.
- **Derlis Cabrera**, SINAFOCAL - MTESS.

**Proyecto: Impulsando la Calidad Educativa en Paraguay – Componente 3 EFTP Y SNCP, con la Cooperación de la UE – OEI**

- **Lourdes Britos**, Especialista de la Línea 3 – Componente 3 – OEI – UE.
- **Aristóteles Fernández**, Consultor - EDUCTRADE.
- **Susana Villarroel**, Consultora metodológica - EDUCTRADE.
- **Diana Enrique**, Apoyo de la Línea 3.

**Expertos formativos consultados:**

- **Sofía Cáceres kriskovich**, Colegio San Ignacio de Loyola.
- **Matilde Emilce Gimenez**, Colegio Nacional Virgen del Carmen.
- **Esmilda Torres Villaverde**, Colegio Nacional Dr. Pedro P. Peña.
- **Gloria Josefina Mas de López**, Colegio Nacional EMD Paraguari
- **Yeny Rocio González Núñez**, Colegio Nacional EMD Gral José Elizardo Aquino
- **Angela Kim**, CIMA – SINAFOCAL.
- **Estela Díaz de Rodríguez**, SNPP
- **Norma Vera**, OEI.

**Fecha de cierre de validación del documento:** 07/05/2024 – Informe Técnico N° 13/2024.

**Revisión Metodológica**

**MEC**

- **Aldo Rolón Martí**, Unidad Técnica Interministerial - CNET.
- **Mónica Lezcano de Ruíz Díaz**, Unidad Técnica Interministerial - CNET.

**MTESS**

- **Estela Díaz de Rodríguez**, SNPP.
- **María Alejandra Rios**, SINAFOCAL
- **Catalina Miltos**, SINAFOCAL
- **Fernando Viveros**, SINAFOCAL

**Fecha de cierre de validación del documento:** 19/07/2024 – Informe Técnico N° 68/2024.

**Equipo Normativo**

- **Pedro González**, Dirección Jurídica SINAFOCAL-MTESS
- **Tania Quintana**, Unidad Técnica Interministerial – MEC

**RESOLUCIÓN MTESS N° 1394/2025**

**POR LA CUAL SE APRUEBA EL PERFIL PROFESIONAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POR LOS CANALES CONVENCIONALES Y/O DIGITALES Y SUS MÓDULOS FORMATIVOS ASOCIADOS, CORRESPONDIENTES A LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING (COMA), DEL CATÁLOGO NACIONAL DE PERFILES PROFESIONALES - VERSIÓN 1.**

Asunción, noviembre de 2025.

- **Beatriz León**, Unidad Técnica Interministerial – MEC
- **Lilian Villalba**, Dirección General de Asesoría Jurídica – MEC
- **Silvia Candia**, Unidad Técnica Interministerial – MEC
- **Marta Barrios**, Dirección General de Educación Permanente de Personas Jóvenes y Adultas – MEC
- **Lilian Ortellado**, Dirección General de Universidades, Institutos Superiores e Institutos Técnicos Superiores – MEC

**Fecha de cierre del documento: 11/09/2024 – Informe N° 13/2024.**

**Asunción, Paraguay  
2025.**