



Educación

Secretaría de Educación Pública

DGETAyCM

Dirección General de Educación
Tecnológica Agropecuaria y Ciencias del Mar

Subsecretaría de Educación Media Superior

Dirección General de Educación Tecnológica

Agropecuaria y Ciencias del Mar



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y DEL MAR

INSTRUCTIVO TÉCNICO E INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN



2025
Año de
La Mujer
Indígena

Av. Universidad No. 1200, Col. Xoco, Alcaldía Benito Juárez, C.P. 03330, Ciudad de México.
Tel: (55) 3600 2500 Ext. ####. <https://dgetaycm.sep.gob.mx>



Promoción y Publicidad de productos Agropecuarios y del Mar Instructivo de competencia

Este concurso busca fomentar la creatividad, el conocimiento de la normatividad y la aplicación de habilidades de emprendimiento en la promoción de productos agropecuarios y del mar.

PRIMERA: La participación será en equipos de 3 integrantes pudiendo estar integrado de manera multidisciplinaria, es decir estudiantes de diferentes carreras técnicas.

SEGUNDA: Cada equipo promocionará un producto (proporcionado por la sede) elaborado y envasado en el taller de agroindustrias de un plantel (productos hortofrutícolas, lácteos, cárnicos y del mar) o bien un producto alimentario en general, cuyo envasado deberá ser en frascos de vidrio, plástico transparente, bolsa de celofán o domos de plástico, con un tamaño mínimo de 250 ml/g y un máximo de 1 L/Kg.

TERCERA: Al inicio de la competencia, se realizará un sorteo para asignar los productos a cada equipo participante.

CUARTA: Cada equipo deberá presentarse con 1 tablet que tenga las siguientes especificaciones técnicas mínimas:

- ⇒ **Pantalla:** Mínimo de 10.1 pulgadas con resolución Full HD (1920 x 1080 píxeles).
- ⇒ **Procesador y Memoria RAM:** Procesador de ocho núcleos (octa-core) y mínimo de 8 GB de RAM.
- ⇒ **Almacenamiento:** Mínimo de 128 GB de almacenamiento interno, con soporte para tarjetas microSD.
- ⇒ **Cámaras:** Cámara trasera de 13 MP (megapíxeles) o superior; cámara frontal de 8 MP (megapíxeles) o superior.
- ⇒ **Batería:** 8,000 mAh o más, con una autonomía de al menos un día de uso intensivo.
- ⇒ **Conectividad:** Wi-Fi 6 y Bluetooth 5.2.
- ⇒ **Sistema Operativo:** Android 13 o iOS 16, o versiones más recientes.





QUINTA: El comité organizador proporcionará a cada equipo un paquete sellado con los siguientes materiales:

- 1 Caja de 12 lápices de colores
- 1 Caja de 12 plumones
- 1 Tijeras
- 1 Cúter
- 1 Regla
- 3 Lápices
- 1 Sacapuntas
- 1 Borrador de migajón
- 2 Hojas adhesivas de etiqueta (tamaño carta)
- 2 Lapiceros (negro y azul)
- 1 Cinta adhesiva
- 1 Pegamento en barra
- 10 Listones de diferentes colores
- 10 Papel de china de diferentes colores
- 2 Cartulinas blancas
- 10 Hojas de diferentes colores
- 3 Hojas blancas

Adicionalmente, la sede proporcionará para todos los participantes impresora, ambientación para dramatización de compraventa y referencia al contenido del producto.

SEXTA: La competencia se llevará a cabo en 5 etapas que se detallan a continuación.

Etapas 1: Creación de Etiqueta (45 minutos)

- **Actividad:** Los equipos diseñarán y elaborarán una etiqueta informativa y promocional para el producto asignado con el material que se les proporcione, dicha etiqueta deberá contener: nombre y marca, recomendaciones de uso, fecha de fabricación y vencimiento, lugar de procedencia, contenido del producto, fabricante, código de barras, tabla nutrimental; será necesario e importante el diseño, color, información y la congruencia del diseño con el producto
- **Tecnología:** La etiqueta deberá incluir un código QR generado en línea (usando su dispositivo tecnológico) que dirija a un video informativo y promocional del producto. También deberán indicar en la etiqueta una dirección web (URL) corta y legible para el mismo propósito. El jurado evaluará la funcionalidad del código QR y su estética. Será necesario imprimir el código QR para incorporarlo a la etiqueta.
- **Requerimientos:** La etiqueta debe ser creativa y cumplir con los principios de la Norma Oficial Mexicana NOM-051 SCFI_SSA1-2010 especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados información comercial y sanitaria, incluyendo un espacio para los sellos de advertencia si aplican.
- **Restricciones:** No se permite el uso de IA para generar contenido.





Etapas 2: Desarrollo de Cartel Publicitario (30 minutos)

- **Actividad:** Cada equipo desarrollará un cartel publicitario digital que promocióne su producto.
- **Tecnología:** El cartel deberá integrar elementos gráficos o códigos que remitan a la identidad digital de la marca. Por ejemplo, se podría incluir un **"handle" de redes sociales** (como @nombre_de_marca) o un **código AR (Realidad Aumentada)** impreso que, al ser escaneado con una app móvil, muestre una animación conceptual del producto asignado.
- **Requerimientos:** El cartel debe ser visualmente atractivo, con un mensaje claro que resalte los beneficios del producto.
- **Restricciones:** No se permite el uso de IA para generar contenido.

Etapas 3: Presentación y Justificación del Producto (Máximo 15 minutos)

- **Actividad:** Un integrante del equipo (persona 1) presentará y justificará la propuesta de promoción de su producto.
- **Tecnología:** La presentación se hará con un **dispositivo móvil** o tableta para demostrar en vivo el funcionamiento del **código QR de la etiqueta** y el **código AR del cartel** (si lo incluyeron), explicando cómo la tecnología complementa su estrategia de marketing.
- **Requerimientos:** Se utilizará el cartel creado en la Etapa 2. El expositor deberá explicar el concepto detrás del diseño, el eslogan y la estrategia de promoción planteada.
- **Interacción con los jueces:** Los jueces realizarán 3 preguntas relacionadas con la factibilidad del producto (5 minutos)

Etapas 4: Creación de Spot de Radio (20 minutos de elaboración)

- **Actividad:** Los equipos escribirán el guion para un spot de radio y lo interpretarán.
- **Tecnología:** El guion debe incluir la **mención de un hashtag oficial** del concurso y de las redes sociales de su producto, invitando a la audiencia a buscar más información en línea.
- **Requerimientos:** La representación oral tendrá una duración máxima de **20 segundos**. El spot debe ser creativo y convincente.

Etapas 5: Dramatización de Compra-Venta (15 minutos de preparación)

- **Actividad:** Un integrante de cada equipo (persona 2) participará en una dramatización de compraventa del producto, con una persona seleccionada al azar de los otros equipos (persona 3).
- **Tecnología:** La dramatización debe incorporar una interacción que involucre tecnología. Por ejemplo, el vendedor podría mostrar el **video promocional del producto** en un dispositivo móvil para persuadir al comprador, o mencionar la posibilidad de **realizar la compra a través de una aplicación móvil o sitio web**.
- **Requerimientos:** La representación tendrá una duración máxima de **5 minutos**. Se utilizarán el producto etiquetado y el cartel publicitario. Se evaluará la capacidad de persuasión, la justificación de los beneficios del producto y la originalidad de la escena.





Educación

Secretaría de Educación Pública

DGETAyCM

Dirección General de Educación
Tecnológica Agropecuaria y Ciencias del Mar

Subsecretaría de Educación Media Superior

Dirección General de Educación Tecnológica

Agropecuaria y Ciencias del Mar



SÉPTIMA: Para la calificación de las etapas del concurso se considerarán los siguientes criterios de evaluación:

Etapa 1: Creación de Etiqueta (20 puntos)

Etapa 2: Desarrollo de Cartel Publicitario (20 puntos)

Etapa 3: Presentación y Justificación (20 puntos)

Etapa 4: Creación de Spot de Radio (20 puntos)

Etapa 5: Dramatización de Compraventa (20 puntos)



2025
Año de
**La Mujer
Indígena**

Av. Universidad No. 1200, Col. Xoco, Alcaldía Benito Juárez, C.P. 03330, Ciudad de México.
Tel: (55) 3600 2500 Ext. #####. <https://dgetaycm.sep.gob.mx>



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Este formato permitirá una calificación objetiva y consistente en cada una de las 5 etapas, con un desglose claro de los criterios y el puntaje máximo por cada una.

Concurso: PROMOCION Y PUBLICIDAD DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y DEL MAR

Estado: _____ **Plantel:** _____

Producto Asignado: _____

Participantes:

1. _____

2. _____

3. _____

Jurado: _____

Etapa 1: Creación de Etiqueta (20 puntos)

Criterio de Evaluación	Puntos Otorgados (0-5)	Observaciones
Creatividad y Diseño:		
Originalidad del diseño de la etiqueta (2.5 pts)		
Atractivo visual de la etiqueta (2.5 pts)		
Cumplimiento de la NOM-051:		
Inclusión de información nutricional (2 pts)		
Incluye la lista de ingredientes (2 pts)		
Incluye los sellos de advertencia (<i>si aplican</i>) o en su defecto incluye la frase "Este producto no contiene sellos ni leyendas" (1 punto)		
Uso de Tecnología (Código QR):		
El código QR funciona y dirige a una página/video coherente con el producto. (2.5)		
La URL es legible. (2.5)		



Criterio de Evaluación	Puntos Otorgados (0-5)	Observaciones
Coherencia con el Producto:		
El diseño de la etiqueta se alinea con la identidad y el tipo de producto (agropecuario/del mar). (5 pts)		
TOTAL (Máx. 20 puntos):	/20	

Etapla 2: Desarrollo de Cartel Publicitario digital (20 puntos)

Criterio de Evaluación	Puntos Otorgados (0-5)	Observaciones
Impacto Visual y Slogan:		
El cartel es llamativo, combina tonos entre el fondo y el texto para generar impacto visual. (2.5 pts)		
El eslogan es creativo y memorable. (2.5 pts.)		
Claridad del Mensaje:		
La propuesta de valor utiliza frases breves y directas. (2.5 pts)		
Los beneficios del producto son fáciles de entender (2.5 pts)		
Uso de Tecnología (Identidad Digital)		
Integración de "handles" de redes sociales o elementos que remitan a la presencia online de la marca. (2.5 pts)		
Incluye el código QR que funciona y dirige a una página/video coherente con el producto. (2.5 pts)		
Coherencia con la Marca:		
El cartel mantiene la identidad visual de la etiqueta y el concepto general del producto. (5 pts)		
TOTAL (Máx. 20 puntos):	/20	



Etapas 3: Presentación y Justificación (20 puntos)

Duración: 10 minutos de exposición y 5 minutos de preguntas comunes. Utilice la ficha técnica validada. La realidad aumentada es opcional y su ausencia no resta puntos. Cada criterio se califica de 0 a 5 con base en el descriptor que mejor represente la evidencia presentada. Los cuatro criterios de cada etapa suman 20 puntos; no se asignan medios puntos. Registre hechos relevantes en observaciones.

Criterio	5 Completo	4 Sólido	3 Suficiente	2 Parcial	1 Muy limitado	0 Sin evidencia	Puntaje
3.1 Estructura y contenido de la exposición	Presenta producto, marca, público, decisiones de etiqueta y cartel, y un siguiente paso de forma completa y articulada.	Presenta todos los componentes con claridad; una relación o explicación tiene una omisión menor.	Presenta los componentes principales, aunque algunas relaciones entre producto, público y propuesta quedan generales.	Presenta solo parte de los componentes y las decisiones de diseño se explican de manera incompleta.	Menciona datos aislados sin una estructura que permita comprender la propuesta.	No presenta evidencia del criterio.	___ /5
3.2 Conocimiento y justificación del producto	Explica materia prima, conservación, uso y beneficio verificable, relacionándolos con la necesidad del público elegido.	Justifica el producto con información verificable y pertinente; presenta una omisión menor.	Muestra conocimiento suficiente del producto, pero relaciona de forma general sus características con el público.	Ofrece información parcial o poco sustentada sobre el producto y su utilidad.	Expone afirmaciones vagas o mayormente inconsistentes con la ficha técnica.	No presenta evidencia del criterio.	___ /5
3.3 Demostración del recurso digital	Localiza, escanea y abre el QR; el contenido coincide con producto y marca y aporta información útil al consumidor.	Demuestra el recurso completo y pertinente, con una omisión menor en la explicación de su utilidad.	Abre un recurso coherente con el producto, aunque su utilidad o correspondencia se explica de forma general.	Muestra parcialmente el recurso o requiere apoyo; la relación con el producto no queda clara.	Solo señala el QR o enlace, sin demostrar contenido útil y verificable.	No presenta evidencia del criterio.	___ /5
3.4 Respuestas al jurado	Responde con precisión sobre público, diseño, sustento del beneficio, recurso digital y acción esperada del consumidor.	Responde de forma clara y congruente; presenta una imprecisión u omisión menor.	Responde lo esencial, aunque algunas respuestas son generales o requieren aclaración.	Responde parcialmente y deja sin sustento aspectos importantes de la propuesta.	Ofrece respuestas aisladas, evasivas o inconsistentes con la exposición y la ficha técnica.	No responde o no presenta evidencia del criterio.	___ /5
TOTAL DE LA ETAPA							___ /20

Observaciones y evidencia relevante: _____



Etapas 4: Creación de Spot de Radio (20 puntos)

Preparación: 20 minutos. Interpretación: máximo 20 segundos. El comité publicará previamente el hashtag oficial y si se permiten perfiles conceptuales sin cuenta pública real. No se califican preferencias de voz, acento o estilo teatral. Cada criterio se califica de 0 a 5 conforme al descriptor aplicable.

Criterio	5 Completo	4 Sólido	3 Suficiente	2 Parcial	1 Muy limitado	0 Sin evidencia	Puntaje
4.1 Componentes del guion	Entrega el guion a tiempo e integra apertura, producto, marca, eslogan y llamado a la acción de manera coherente.	Integra todos los componentes; uno presenta una omisión o debilidad menor.	Incluye los componentes principales, pero la apertura o el cierre se articula de manera general.	Incluye solo parte de los componentes y la secuencia del mensaje resulta incompleta.	Presenta un guion fragmentario con escasa identificación del producto o propósito promocional.	No entrega guion o no presenta evidencia del criterio.	___ /5
4.2 Contenido del mensaje interpretado	Comunica producto, marca, beneficio verificable, situación de uso y llamado a la acción en un mensaje claro y congruente.	Comunica todos los elementos con claridad; uno tiene una omisión menor.	Comunica los elementos esenciales, aunque el beneficio o la situación de uso queda general.	Comunica parcialmente el producto y la propuesta; faltan elementos relevantes del mensaje.	El mensaje contiene referencias aisladas y no permite identificar con claridad la oferta.	No presenta evidencia del criterio.	___ /5
4.3 Referencias digitales	Incluye y pronuncia el hashtag oficial, plataforma e identificador, y mantiene correspondencia con el cartel.	Presenta referencias digitales completas y congruentes, con una omisión menor de precisión.	Incluye referencias suficientes para localizar la marca, aunque alguna se expresa de forma general.	Incluye referencias incompletas o con diferencias respecto del cartel.	Menciona una referencia digital aislada que no permite localizar la marca.	No presenta evidencia del criterio.	___ /5
4.4 Ejecución oral y duración	Realiza una sola interpretación de hasta 20 segundos; producto, marca y llamado a la acción se entienden plenamente.	Cumple tiempo y toma única; el mensaje es claro con una dificultad menor de dicción o ritmo.	Cumple lo esencial, aunque una parte del mensaje requiere atención para comprenderse.	La ejecución presenta problemas de tiempo, continuidad o claridad que afectan parte del mensaje.	La interpretación es difícil de comprender o incumple de forma importante las condiciones.	No realiza la interpretación o no presenta evidencia del criterio.	___ /5
TOTAL DE LA ETAPA							___ /20

Observaciones y evidencia relevante: _____



Etapas 5: Simulación de Atención al Cliente y Argumentación de Venta (20 puntos)

Preparación común: 15 minutos. Intervención: máximo 5 minutos. Dos integrantes atenderán a un cliente designado por el comité, a partir de una situación equivalente comunicada al iniciar. Deberán identificar la necesidad, argumentar con datos verificables, responder una objeción y proponer un siguiente paso. No se exige una venta real ni se califica que el cliente acepte comprar.

Criterio	5 Completo	4 Sólido	3 Suficiente	2 Parcial	1 Muy limitado	0 Sin evidencia	Puntaje
5.1 Identificación de la necesidad	Ambos integrantes participan, formulan preguntas pertinentes, escuchan y precisan la necesidad o condición de compra del cliente.	Identifican la necesidad con preguntas y escucha claras; existe una omisión menor en la precisión o participación.	Reconocen la necesidad principal, aunque la exploración es general o la participación resulta desigual.	Obtienen información parcial y recomiendan antes de comprender suficientemente al cliente.	Hacen preguntas aisladas o suponen la necesidad sin escuchar ni verificarla.	No identifican la necesidad o no presentan evidencia del criterio.	___ /5
5.2 Argumentación del valor	Relacionan beneficios verificables con la necesidad identificada y explican con claridad por qué el producto resulta pertinente.	Argumentan con información verificable y adaptada; una relación o explicación presenta una omisión menor.	Explican beneficios pertinentes, aunque la relación con la necesidad es general o poco desarrollada.	Mencionan características o beneficios parciales con escasa adaptación al cliente.	Usan afirmaciones vagas, no verificables o poco relacionadas con la necesidad planteada.	No argumentan el valor o no presentan evidencia del criterio.	___ /5
5.3 Respuesta a objeciones y cierre	Responden la objeción con datos pertinentes y proponen un siguiente paso congruente, claro y sin presionar al cliente.	Responden y cierran de manera pertinente; existe una omisión menor de precisión o seguimiento.	Atienden la objeción y proponen un paso viable, aunque la respuesta es general.	Responden parcialmente o el cierre no se relaciona claramente con la duda del cliente.	Evaden la objeción, contradicen la información disponible o presionan sin ofrecer una solución clara.	No responden la objeción ni proponen un siguiente paso.	___ /5
5.4 Materiales y recurso digital	Usan producto, etiqueta, cartel y recurso digital para resolver dudas con información consistente de la misma marca.	Integran los materiales de forma útil y coherente; uno tiene una omisión menor de uso o explicación.	Utilizan materiales suficientes para apoyar la atención, aunque su integración es general.	Muestran algunos materiales, pero aportan poca información para resolver la consulta.	Los materiales aparecen de forma decorativa, inconsistente o sin utilidad para el cliente.	No utilizan materiales ni recurso digital como evidencia.	___ /5
TOTAL DE LA ETAPA							___ /20

Observaciones y evidencia relevante: _____



Calificación Final

Etapa	Puntos Obtenidos
Etapa 1: Creación de Etiqueta	/20
Etapa 2: Desarrollo de Cartel Publicitario	/20
Etapa 3: Presentación y Justificación	/20
Etapa 4: Creación de Spot de Radio	/20
Etapa 5: Simulación de Atención al Cliente y Argumentación de Venta	/20
PUNTAJE TOTAL (Máx. 100 puntos):	/100

Aplicación: entregar estas rúbricas a los equipos antes del concurso. El comité proporcionará fichas técnicas, hashtag, situaciones comerciales equivalentes y condiciones permitidas; también publicará una regla común para fallas tecnológicas atribuibles al evento. Las discrepancias del jurado se resolverán contrastando la evidencia con los descriptores. Las etapas 3, 4 y 5 suman 60 puntos; el instrumento conserva un total de 100 puntos.

Nombre y firma del evaluador