

# REPRESENTANTES DE COMERCIO, EN GENERAL

## 1. MISIÓN Y FUNCIONES

 **MISIÓN** Los representantes de comercio representan a una empresa que vende y proporciona información sobre bienes y servicios a empresas y organizaciones.

### FUNCIONES

|                                                                                                                                                                   |                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Solicitar pedidos y vender productos a establecimientos minoristas, industriales, mayoristas y otros.                                                             | Cotizar precios y condiciones crediticias, registrar pedidos y organizar entregas.                |
| Realizar la venta de equipos, suministros y servicios relacionados a establecimientos comerciales o particulares.                                                 | Informar las reacciones y requisitos de los clientes a proveedores y fabricantes.                 |
| Obtener y actualizar el conocimiento de las condiciones del mercado y de los bienes y servicios de los empleadores y competidores.                                | Hacer un seguimiento de los clientes para garantizar la satisfacción con los productos comprados. |
| Proporcionar a los posibles clientes información sobre las características y funciones de los productos y equipos para la venta, y demostrar su uso o cualidades. |                                                                                                   |

## 2. COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS TÉCNICO PROFESIONALES

#### CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES

##### TRANSECTORIAL

Comunicarse con los clientes  
Contactar a los clientes por teléfono  
Emplear capacidades de comunicación técnica  
Garantizar el cumplimiento de la normativa de compra y contrataciones  
Garantizar el cumplimiento de requisitos legales  
Responder a consultas de clientes  
Responder a solicitudes de presupuesto  
Tener competencias informáticas  
Utilizar programas informáticos de gestión de relaciones con los clientes

##### ESPECÍFICA DEL SECTOR

Aplicar estrategias de ventas

Asesorar sobre las características de las mercancías  
Atraer a nuevos clientes  
Buscar nuevos contratos regionales  
Garantizar la satisfacción del cliente  
Garantizar una actitud centrada en el cliente  
Hacer demostraciones de las funciones de un producto  
Hacer una demostración de los incentivos de ventas  
Llevar un registro de las comunicaciones con el cliente  
Llevar un registro de las ventas  
Mantener la relación con los proveedores  
Preparar informes de ventas  
Realizar análisis de ventas  
Realizar un seguimiento posventa  
Registrar los datos personales de los clientes

#### CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

##### TRANSECTORIAL

Analizar las tendencias en los hábitos de consumo  
Aplicar el comercio en los medios sociales  
Elaborar estrategias de comercialización  
Elaborar estrategias multimedia  
Elaborar instrumentos promocionales  
Gestionar operaciones financieras  
Hablar idiomas  
Hacer un estudio de los medios de comunicación  
Ser diplomático

Supervisar las cifras de la industria de los medios de comunicación  
Trabajar con profesionales del sector de la publicidad  
Tramitar pagos

##### ESPECÍFICA DEL SECTOR

Mantenerse al día con los medios sociales de comunicación  
Preparar muestras de anuncios publicitarios  
Preparar una factura  
Realizar un discurso de venta  
Supervisar el registro de posventas

## CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Características del producto  
Características del servicio  
Comprensión del producto

Estrategias de venta  
Gestión de la relación con los clientes  
Técnicas de promociones de ventas

## CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

Artículos para el hogar  
Comunicaciones electrónicas  
Contratación pública electrónica  
Cristalería  
Equipo de oficina  
Equipos electrónicos y de telecomunicaciones  
Especialización en bebidas  
Especificaciones de software de las tecnologías de la información y de las comunicaciones  
Formatos de los medios de comunicación  
Industria del material informático  
Normas internacionales relativas a las transacciones comerciales  
Pagos con tarjeta de crédito

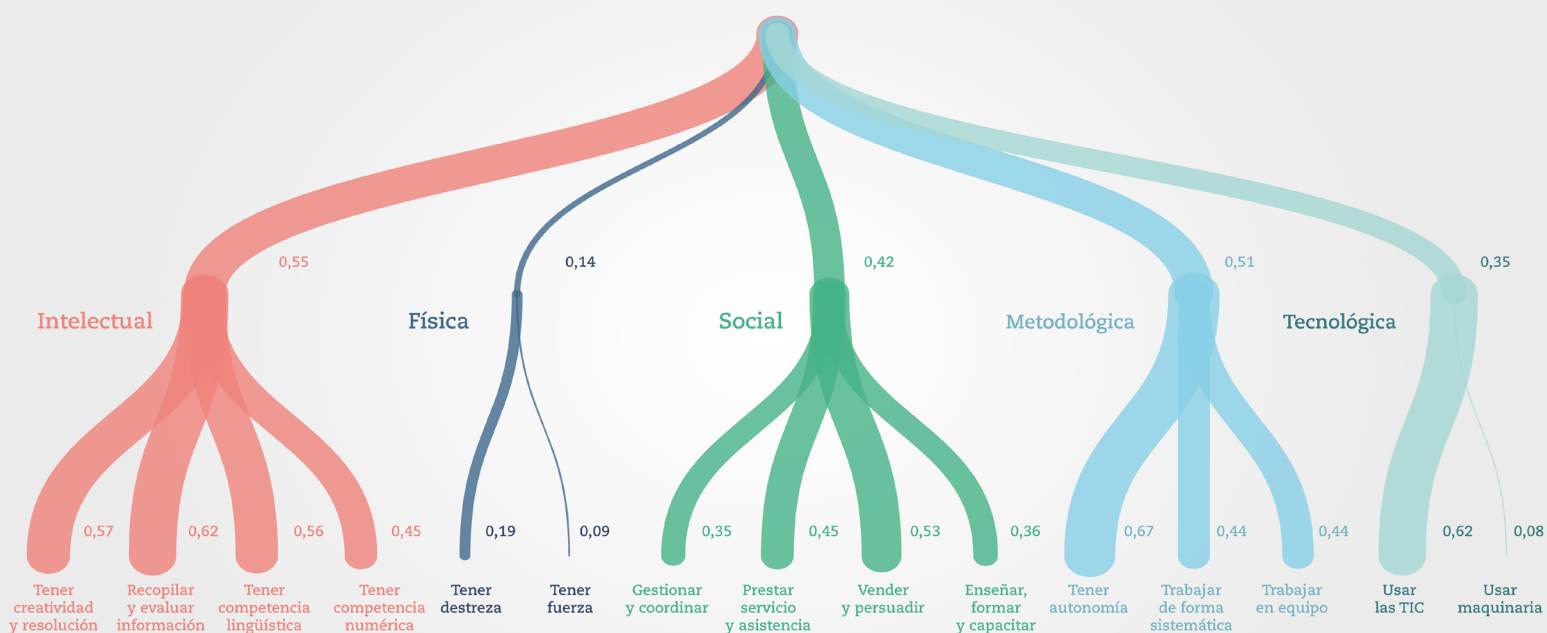
Planificación con respecto a los medios de comunicación  
Precio del mercado  
Procesos de fabricación  
Productos cosméticos y de perfumería  
Productos de ropa y calzado  
Productos lácteos y de aceite comestible  
Productos químicos  
Protección de los consumidores  
Publicidad exterior  
Sistemas de comercio electrónico  
Tipos de aeronaves  
Tipos de buques de navegación marítima  
Tipos de medios de comunicación  
Técnicas de publicidad

## COMPETENCIAS TRANSVERSALES

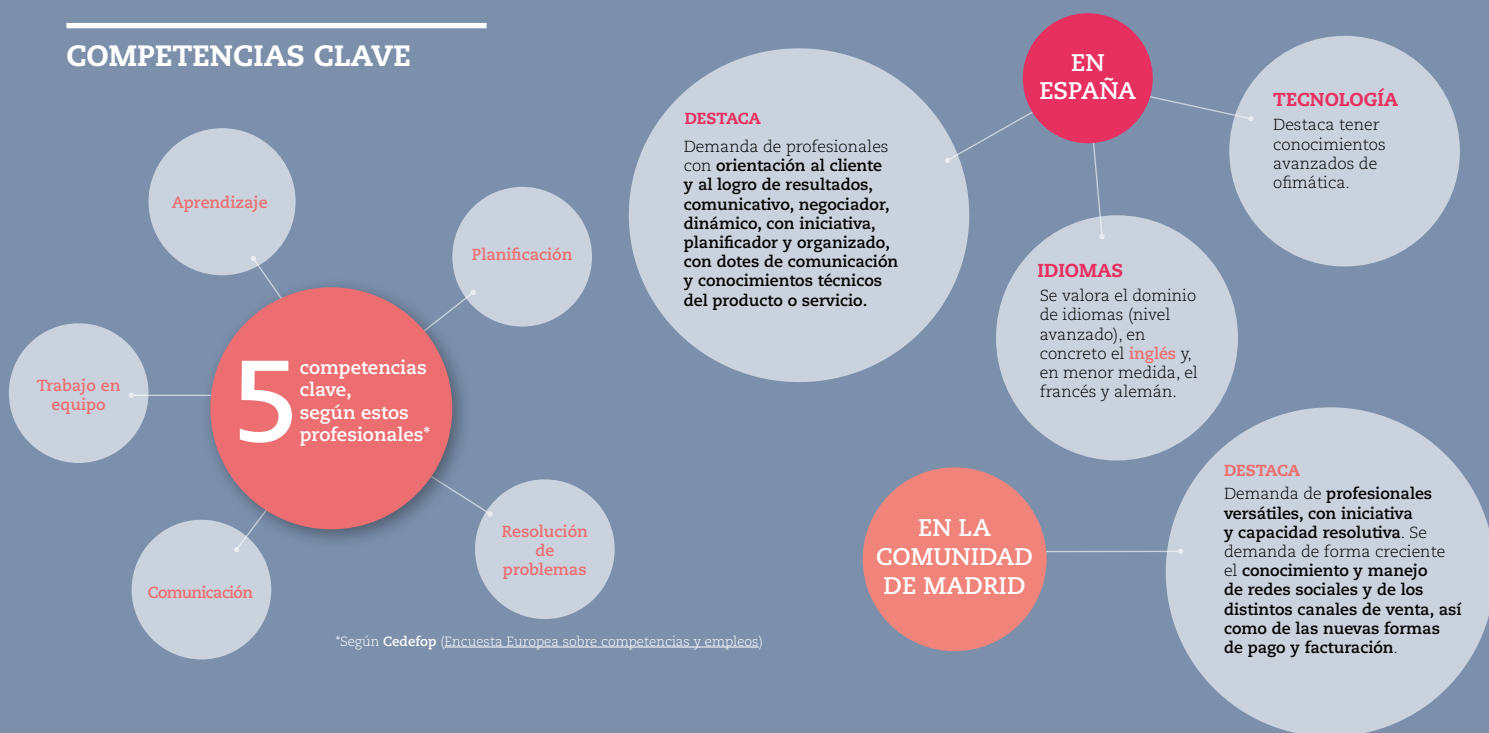
[Eurofound](#) indica en una escala de 0-1 la importancia de las competencias transversales para el grupo ocupacional “**técnicos de oficina**”.

Destacan las competencias **intelectuales** y **metodológicas**.

Las competencias más importantes son: **tener autonomía, recopilar y evaluar información, usar las TIC, tener creatividad y resolución, tener competencias lingüísticas y vender y persuadir.**



## COMPETENCIAS CLAVE



## 3. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL



## CUALIFICACIÓN

## NIVEL 3

COM314\_3 GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS



## FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

Certificado de profesionalidad

COMT0411 GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS



## FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA



## FORMACIÓN UNIVERSITARIA

## FAMILIA PROFESIONAL COMERCIO Y MARKETING

Técnico superior en gestión de ventas y espacios comerciales



## OTRA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Se valora como otra formación complementaria:

- Manejo de agenda electrónica y terminales de punto de venta (TPV)
- Técnicas de ventas
- Aplicaciones informáticas de gestión con clientes/as (CRM)

- Ofimática
- Conocimientos de: Estrategia comercial y planes de venta, gestión de ventas, logística comercial, entorno comercial, documentación propia de venta, promoción y merchandising, situación del mercado, etc
- Inglés comercial.

PROFESIÓN REGULADA: **NO**

## REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

## FORMACIÓN

Se requiere como mínimo bachillerato o equivalente.

## EXPERIENCIA PROFESIONAL

La experiencia requerida es de dos años.

## 4. CONDICIONES DE TRABAJO



### RELACIÓN LABORAL

Predomina la contratación indefinida, aunque la contratación temporal es elevada.



### JORNADA LABORAL

Predomina la jornada completa.



### RETRIBUCIÓN

Según la Encuesta de estructura salarial 2014, el salario medio del grupo ocupacional 35 (representantes, agentes comerciales y afines) en el Estado Español es 28.600 euros, oscilando entre 10.700 (percentil 10) y 51.300 (percentil 90).



### UBICACIÓN ORGANIZATIVA Y PROMOCIÓN

Este profesional se ubica en las oficinas de los departamentos de ventas de las empresas, realizando frecuentes desplazamientos.

La vía de promoción más común es mediante la asunción de mayores responsabilidades hacia jefe de ventas o la especialización hacia vendedor técnico.

## 5. CONTEXTO

### INFORMACIÓN SECTORIAL



El sector de la Comercio tiene un gran peso en la estructura empresarial de la Comunidad de Madrid:

**EMPRESAS 20,1%**

**EMPLEO 12,1%**



Son empresas pequeñas (2-9 trabajadores).



Tiene más de 20 años de actividad.

El grupo ocupacional 3 (Técnicos y profesionales de apoyo) representa el 14,1% del empleo en el sector.



Tabaja a escala internacional



Tabaja a escala nacional



Tabaja a escala local

## MERCADO DE TRABAJO

El **grupo ocupacional 3** (Técnicos y profesionales de apoyo) cuenta con **449.800 trabajadores** en la Comunidad de Madrid en 2018 (EPA). El 44% son mujeres. La ocupación en este grupo sigue una **tendencia decreciente desde 2017**.

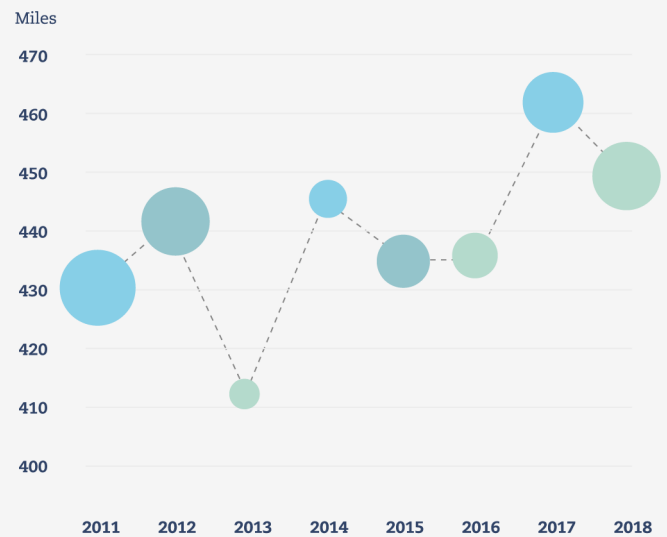
En 2018 **449.800** personas trabajadoras · **44% mujeres**



La **ocupación 3510** (Agentes y representantes comerciales) representa el **4,1% de los trabajadores** de la Comunidad de Madrid en 2017 (Encuesta de Estructura Empresarial 2017). Ha perdido peso desde 2015, cuando abarcaba 4,9%.

El **perfil de la persona contratada** es hombre, por debajo de los 45 años, con estudios secundarios. Una persona de cada diez es de nacionalidad extranjera.

Los datos actualizados sobre demandantes de empleo, paro y contratación se pueden consultar [aquí](#).



Fuente: EPA | Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid

## PERSPECTIVAS DE FUTURO

A medio plazo las tendencias de futuro del sector son:



En términos de **ocupación**, todo este conjunto de tendencias sectoriales tienen un gran impacto en las funciones y competencias de los representantes de comercio. El auge de la compra online hace cada vez más necesaria las competencias en venta electrónica, vía **redes sociales u otras plataformas digitales**. Es fundamental que el trabajador

adquiera **competencias de comunicación multicanal**. Se espera una creciente presencia de **formatos comerciales híbridos** (fusión de dos o más conceptos comerciales en un mismo espacio) por lo que el perfil del profesional deberá ser cada vez más versátil y polivalente.

## PERSPECTIVAS DE EMPLEO DE LA OCUPACIÓN

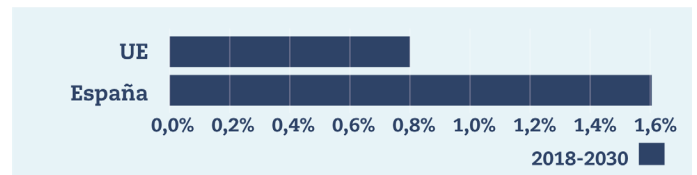
Cedefop realiza proyecciones cuantitativas de las tendencias futuras del empleo hasta 2030.

La proyección del grupo ocupacional “**técnicos de la empresa y de la administración**” muestra un incremento de empleo del 1,6%, mayor al de la Unión Europea (en torno al 0,8%).

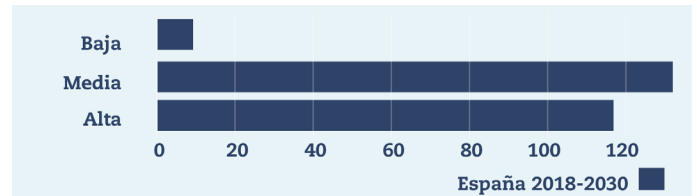
Se prevé una **creación de alrededor de 255.000 empleos**. Esta creación de empleo beneficiará a personas con nivel de cualificación medio.

Además, se estima que en este período se **reemplazarán 728.000 trabajadores** por jubilación u otros motivos.

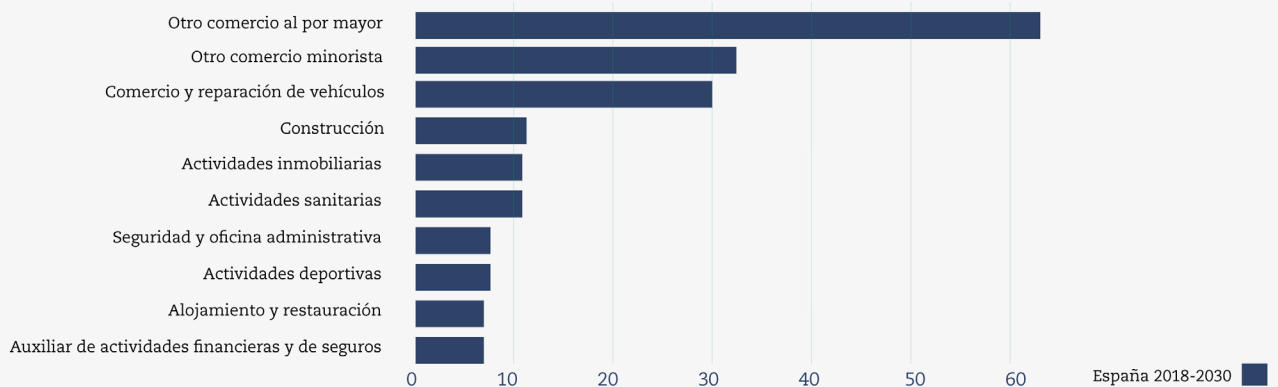
Los sectores en donde se prevé un mayor crecimiento del empleo (en números absolutos) serán el **comercio al por mayor, comercio al por menor y venta y reparación de vehículos de motor**, entre otros.



Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (%)  
Ocupación: Técnicos de la empresa y de la administración. Período: desde 2018 hasta 2030

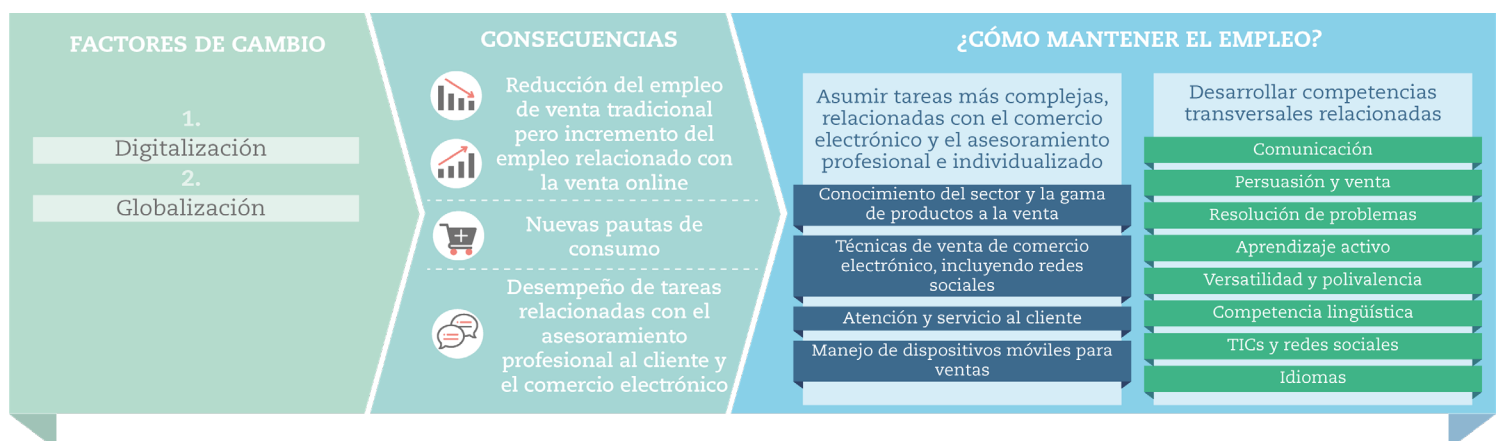


Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (miles) por nivel de cualificación.  
Ocupación: Técnicos de la empresa y de la administración. Período: desde 2018 hasta 2030



Fuente: Cedefop. Los 10 sectores con mayor crecimiento del empleo en números absolutos (miles) en España. Ocupación: Técnicos de la empresa y de la administración. Período: desde 2018 hasta 2030

## TENDENCIAS DE CAMBIO EN LAS COMPETENCIAS DE LA OCUPACIÓN



Las competencias demandadas han cambiado considerablemente en los últimos años debido fundamentalmente a la digitalización. Esta conlleva **cambio tecnológico y comercio electrónico**. Otros factores de cambio son una mayor **diversificación, especialización y sofisticación de la gama de productos a la venta** y la exigencia del consumidor de recibir una **atención cada vez más individualizada**. La diversificación de los productos a la venta y un nuevo perfil del consumidor, más exigente y sofisticado, va a re-

querir que los profesionales tengan un **buen conocimiento de los productos** y, de esta manera, poder dar una **atención y servicio al cliente profesional e individualizado**, antes, durante y después de la venta. Este requisito es cada vez más necesario en los comercios especializados o de alto standing.

El crecimiento del comercio electrónico va a exigir un **aumento de profesionales que dominen las TIC, redes sociales y técnicas de comercio electrónico** para poder atender

adecuadamente a un consumidor que espera recibir una atención personalizada. Para ello se requiere dominio a nivel usuario de TIC, redes sociales y dispositivos electrónicos portátiles y son necesarias **competencias sociales** relacionadas con la comunicación, la persuasión, la empatía y la buena educación para generar confianza, resolver cual-

quier incidencia y fidelizar a los clientes. En este sentido, la **competencia lingüística** (tanto oral como escrita) también es relevante. Finalmente, se requiere **versatilidad**, para trabajar de forma simultánea en diversos canales (presencial, web, correo electrónico, distintas redes sociales).

## 6. IDENTIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN

| OCUPACIÓN                                        |  | CÓDIGO SISPE                              |  |
|--------------------------------------------------|--|-------------------------------------------|--|
| Representantes de comercio, en general           |  | 35101037                                  |  |
| SECTOR                                           |  | FAMILIA PROFESIONAL                       |  |
| Comercio                                         |  | Comercio y marketing                      |  |
| CNAE                                             |  |                                           |  |
| Está presente en todos los sectores productivos  |  |                                           |  |
| OCUPACIONES SISPE AFINES                         |  |                                           |  |
| 26401047 Vendedor/a técnico en general           |  | 35101028 Delegado/a comercial, en general |  |
| 35101019 Agentes comerciales                     |  | 52101034 Encargados de tienda             |  |
| OTRAS OCUPACIONES AFINES                         |  |                                           |  |
| Coordinador/a de comerciales<br>Jefe/a de ventas |  | Supervisor/a de telemarketing             |  |
| CNO-11                                           |  | CIUO-08                                   |  |
| 3510 Agentes y representantes comerciales        |  | 3322 Representantes comerciales           |  |
| OCUPACIONES ESCO AFINES                          |  |                                           |  |
| Correspondencia exacta                           |  | Representante comercial                   |  |