

Perfil Ocupacional de la Vendedora al detalle en punto de venta

Proyecto
 "Fortalecimiento de
 capacidades personales y
 productivas de mujeres
 emprendedoras beneficiarias
 con títulos de propiedad de
 Lima Metropolitana"



OCCUPACION: VENDEDORA AL DETALLE EN TIENDA

TAREAS

	1	2	3	4	5	6
A	RECIBIR LOS PRODUCTOS	ESTABLECER LA UBICACIÓN DE LOS PRODUCTOS				
B	DECORAR EL PUNTO DE VENTA	ACTUALIZAR LA EXHIBICIÓN	REVISAR CARGOS DE PRODUCTOS	LLEVAR UN REGISTRO DE PRODUCTOS	PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS	DETERMINAR EL TIPO DE CLIENTES QUE VISITAN
C	MANEJAR CASHIERA Y SERVICIOS					



Lima, marzo, 2009

Presentación

El Centro de Servicios para el Desarrollo y la Capacitación - CAPLAB, en el marco del desarrollo del proyecto "Fortalecimiento de capacidades personales y productivas de mujeres beneficiarias de Títulos de Propiedad de Lima Metropolitana", ha visto por conveniente desarrollar un Taller AOP – Análisis Ocupacional Participativo, con la idea de contar con un perfil de la ocupación de "Vendedora al detalle en un punto de venta", área ocupacional que se ha evidenciado que se dedica un gran segmento de población que son las beneficiarias del proyecto.

Para obtener el perfil deseado, hemos aplicado la metodología AOP – Análisis Ocupacional Participativo, con la finalidad de establecer aproximaciones, ajustes y adecuaciones de la capacitación laboral en concordancia con las necesidades reales que plantea el desempeño de una ocupación concreta, en este caso, la "Vendedora al detalle en un punto de venta".

El método AOP permite establecer, en colaboración con actores claves de los procesos, las áreas de responsabilidad y tareas que una trabajadora desempeña real y concretamente en ese puesto de trabajo.

La aplicación de este método constituye condición muy importante en la puesta en práctica del enfoque por competencias, dado que posibilita definir los perfiles profesionales, los módulos de formación, las unidades de competencias, así como la certificación laboral y la acreditación por las empresas.

Usando la metodología mencionada es que presentamos el producto logrado, el perfil ocupacional de la "Vendedora al detalle en un punto de venta", la cual ha sido elaborada contando con la participación directa de las beneficiarias del proyecto, lo cual otorga al documento la validez necesaria para ser puesta en práctica.

Esperamos que este documento producido se constituya en una herramienta útil para las instituciones, programas de formación profesional como también para las trabajadoras y empresarias.

Centro de Servicios CAPLAB

Cartel AOP

VENDEDORA AL DETALLE EN PUESTO DE VENTA

Elaborado para el Proyecto "Fortalecimiento de capacidades personales y productivas de mujeres emprendedoras beneficiarias con títulos de propiedad de Lima Metropolitana"

CARTEL AOP DE LA EXPERTA EN VENTAS AL DETALLE EN PUNTO DE VENTA

AREAS DE RESPONSABILIDAD		TAREAS							
		1	2	3	4	5	6	7	8
A	Presentar Productos y Decorar el Punto de Venta	Ubicar los productos en el punto de venta	Determinar el circuito de tránsito de compra.	Priorizar la exhibición de productos.	Llevar un registro de productos	Realizar labores de promoción	Actualizar la Exhibición.	Decorar el punto de venta.	Presentar condiciones adecuadas para venta
B	Vender Bienes y Servicios	Establecer un diálogo de ventas.	Presentar el producto.	Responder objeciones	Realizar el cierre de la venta.	Efectuar las tareas de facturación	Expedir y embalar Mercadería	Contribuir el desarrollo de la base de datos de clientes.	Atender reclamos de clientes.
C	Ejecutar Labores de Almacén	Recibir los productos comprobando que se ajustan en cantidad, calidad y precio	Establecer la ubicación de los productos, optimizando el espacio y tiempo disponibles y teniendo en cuenta la rotación	Comprobar el adecuado envasado y embalaje de los productos	Registrar la entrada y salida de los productos en las fichas de almacén, valorar el stock y realizar inventarios periódicos.				

**Características
Personales del/ la
Experto/a en ventas al
detalle en punto de venta**

**Organización y
planificación:**

Ser capaz de organizar su
trabajo
Creativa
Disciplinada
Observadora
Ordenada

Emprendimiento:

Proactiva
Innovadora

Comunicación

Capacidad para la
comunicación precisa y
oportuna
Capacidad para informar con
claridad en forma verbal

Trabajo en equipo

Capacidad para interactuar con
responsabilidad y respeto y
equidad.
Puntual
Honrada

Autonomía

Toma decisiones
Resuelve problemas
Proactiva
Optimista

**Miembros del Comité
AOP**

- Rosa Isabel Córdova
 - Ana Victoria Ramos
 - Karla Dania Calle C.
 - Efeldrith Sangamo L.
 - Cecilia Villacampa O.
 - Margarita Falla Ysla
 - Rosa Nelly Martínez C.
 - Laura Natalia Paz
 - Ricarda Rosa Arroyo
 - Luz Angélica Santa Cruz
 - Celinda Mercedes Rojas
 - Celestina Bedón
 - Angélica Juana Laura
 - Teresa Natividad Lévano
 - Mary Ludeña Mucha
 - Ducelia Lazo
 - Dominga Adriano S.
 - Norma Zavaleta Ortiz
 - Brigitt Burga Zambrano
-

Facilitación AOP

- Juan Carlos Vásquez
Centro de Servicios para la
Capacitación Laboral y el
Desarrollo – CAPLAB

- Luis García Díaz
Centro de Servicios para la
Capacitación Laboral y el
Desarrollo – CAPLAB

Coordinación:

- Norma Añaños Castilla
Directora Ejecutiva
Centro de Servicios para la
Capacitación Laboral y el
Desarrollo – CAPLAB

Perfil ocupacional de la vendedora al detalle en puesto de venta

1. Competencia general:

Presentar y decorar el punto de venta, vender bienes y servicios y ejecutar tareas de almacén.

Capacidades profesionales.

- Organización.
 - Estructurar la presentación de venta y preparar respuestas a posibles objeciones.
 - Disponer el área de almacén optimizando el espacio.
 - Organizar el espacio de venta, las vitrinas, islas, el flujo de tránsito, la exhibición de productos y la promoción.
 - Estructurar mecanismos de contacto posterior a la venta.

- *Comunicación.*
 - Desarrollar empatía con el cliente y satisfacer sus requerimientos sin descuidar los objetivos del negocio.
 - Exponer en forma clara las características de los productos, ventajas y desventajas de la compra, forma de pago y tiempo de entrega.

- Contingencias.
 - Adecuar su trabajo a los desarrollos competitivos, nuevos productos o usos y nuevas técnicas de comercialización.
 - Reaccionar apropiadamente ante situaciones imprevistas, resolviendo problemas y tomando decisiones según las circunstancias y su responsabilidad.
 - Adaptar su trabajo a nuevas situaciones derivadas de cambios en el macro ambiente externo (tecnología, economía, demografía, aspectos legales y socioculturales).

Evolución previsible de la profesión.

En la actualidad, en el Perú, el comercio, es una de las actividades que genera un porcentaje significativo del PBI (40%) y ofrece trabajo a un 45% de la población. Asimismo, se calcula que existen 3 millones de PYMES, de las cuales el 80% son del rubro comercio.

Por otro lado, el sector informal representa el 50% de la actividad comercial y mantiene ocupada al 40% de la población en este rubro. El comercio minorista representa el 90% del sector comercio.

Estas cifras, muestran la capacidad de crecimiento a mediano y largo plazo de ésta actividad, crecimiento que se ve reforzado por un lado, por el incremento dado en los tres últimos años de comercio, supermercados y tiendas de departamentos. Se prevé que esta tendencia se mantendrá en el mediano plazo. Por otro lado, la inversión directa extranjera y las franquicias que están teniendo una presencia creciente en el sector comercio.

Teniendo en cuenta, el contexto en el que opera esta actividad, podemos decir que el comercio es un sector económico en pleno crecimiento y desarrollo, por lo que exige mejores estándares de calidad en el servicio en tiendas y almacenes tanto en el sector formal como en el informal.

2. Unidades de competencia.

- Presentar productos y decorar el punto de venta.
- Vender bienes y servicios.
- Ejecutar labores de almacén.

3. Realizaciones y criterios de realización de las unidades de competencia.

3.1. Unidad de competencia:

1: Presentar productos y decorar el punto de venta.

<p>Ubicar los productos en el punto de venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coloca los productos en los espacios asignados en forma ordenada y completa, a fin de que la decoración no inhiba al cliente de tomar el producto y evite estropear la exhibición. • Distribuye la mercadería por línea de productos. • Exhibe de manera conjunta productos asociados a fin de reforzar la venta. • Cuida de poner en exhibidores o estantes separados productos dispares. • Repone el producto vendido en los espacios asignados evitando rupturas de stock. • Mantiene una exhibición integrada y equilibrada a fin de no perder el impacto visual que refuerza la venta.
<p>Determinar el circuito de tránsito de compra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marca la entrada y salida. • Identifica el flujo de tránsito de clientes. • Determina la afluencia de clientes por días y horas. • Define el circuito de compra planificada

<p>Priorizar la exhibición de productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coloca en lugares preferentes productos nuevos y de compra impulsiva. • Ubica la mercadería teniendo en cuenta los criterios de visibilidad (nivel de los ojos, manos, por encima de la cabeza, a nivel del suelo, derecha / izquierda; arriba / abajo). • Organiza y distribuye el espacio de exhibición de productos en función de la rotación y la rentabilidad.
<p>Llevar un registro de productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registra la rotación o movimiento de mercadería. • Registra el volumen de venta por producto. • Presenta la información por día, semana, mes; hora-semana y horas.
<p>Realizar labores de promoción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coteja que los carteles de identificación del producto, precio, descuento y slogan estén adecuadamente y cumplan su función de impulsar la venta. • Ubica señalizadores y material promoción de forma visible y cuidando que no estorben el acceso a los productos. • Coloca indicadores visuales que resalten los productos de oferta.
<p>Actualizar la exhibición.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cambia la decoración periódicamente a fin de romper la monotonía. • Presenta exhibiciones especiales para fechas conmemorativas. • Adapta la exhibición a las estaciones del año.
<p>Decorar el punto de venta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adorna fachadas, paneles, techos, paredes, ventanas, pasadizos con elementos decorativos, comerciales y promocionales, siguiendo criterios estéticos y teniendo en cuenta las características de los productos. • Confirma su limpieza permanentemente y su buen estado de conservación. • Ubica muebles, anaqueles, estantes, macetas y adornos, cuidando que mantengan armonía, pertinencia y

	<p>eficiencia en el uso del espacio. Confirma su limpieza permanentemente y su buen estado de conservación.</p> <ul style="list-style-type: none">• Orienta la exhibición teniendo en cuenta la iluminación natural (ventanas y tragaluces); coloca focos, fluorescentes y lámparas de forma que iluminen apropiadamente la exhibición; asimismo resalta zonas de interés de venta a través de una iluminación especial o más intensa. Ubica equipos de sonido y altavoces si son requeridos.• Realiza periódicas labores de deodorización ambiental y coordina los requerimientos de fumigación de las áreas de trabajo.• Verifica el estado de conservación, correcta ubicación, visibilidad y limpieza de los carteles de salida de emergencia.
--	--

4.2. Unidad de Competencia

2: Vender bienes y servicios.

Establecer un diálogo de ventas.	<ul style="list-style-type: none">• Inicia la aproximación y establece contacto visual.• Se presenta e inicia un diálogo cortez, amable y discreto.• Formula preguntas de índole general.• Escucha atentamente e identifica la tipología del cliente.• Verifica tópicos de interés del cliente.• Formula preguntas específicas.• Confirma los motivos de compra empleando preguntas indagatorias y se asegura de identificar las necesidades del cliente.
Presentar el producto.	<ul style="list-style-type: none">• Dispone de la información actualizada y necesaria sobre el producto.• Dirige la atención del cliente hacia productos que satisfagan sus necesidades.• Cultiva su interés concentrándose en los requerimientos mencionados.• Expone los beneficios del producto que mejor satisfagan sus aspiraciones.• Suscita su deseo invitándolo a la prueba, verificación y simulación de uso.
Responder objeciones.	<ul style="list-style-type: none">• Apela a la calidad del producto (de tenerla) si hubiese una objeción de precio.• Menciona los elementos que indiquen distinción, funcionalidad, versatilidad y rendimiento, en el caso que el cliente objete la calidad del producto.• Refuerza la seguridad del cliente con una exposición resumida de ventajas del producto, marca o establecimiento ante dudas del cliente para decidir la compra.• Responde las objeciones con información veraz y reafirma los beneficios que el producto le brinda al cliente.

Realizar el cierre de la venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Sondea el deseo del cliente de cerrar la venta. • Presenta la adquisición como una oportunidad. • Plantea el cierre de la operación.
Efectuar las tareas de facturación.	<ul style="list-style-type: none"> • Pregunta al cliente el tipo de comprobante de pago. • Emite la factura o boleta de pago. • Confirma que los datos sean correctos (cantidad, precio, IGV, RUC, receptor, fecha, registro de caja y sellos) y entrega las copias correspondientes al cliente.
Desarrollar la base de datos de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora una base de datos de clientes. • Actualiza los datos del cliente. • Interroga al cliente sobre futuros requerimientos y los ingresa a la base de datos. • Selecciona a clientes a quienes enviarles invitaciones a comprar en fechas especiales, información de artículos de interés y novedades.
Atender reclamos de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Escucha atentamente el reclamo del cliente y mantiene en todo momento una actitud positiva y amable. • Identifica la naturaleza del reclamo y procede a dar solución. • Si el reclamo no es procedente adopta una postura segura y correcta ante el cliente y expone las razones.

4.3. Unidad de competencia
3: Ejecutar labores de almacén.

Realizaciones Criterios de realización.

<p>Recibir los productos comprobando que se ajustan en cantidad y calidad</p>	<ul style="list-style-type: none">• Examina que los productos recibidos correspondan con las especificaciones del pedido• Identifica los posibles errores en la cantidad, calidad y fecha de caducidad de los productos recibidos.
<p>Establecer la ubicación de los productos, optimizando el espacio y tiempo disponibles y teniendo en cuenta la rotación.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Utiliza el listado de ubicación de bienes para orientar la colocación de los mismos.• Coloca los productos y materias primas en los lugares establecidos teniendo en cuenta el tipo de producto y la optimización del espacio.• Manipula correctamente los productos cuidando de no dañarlos ni deteriorarlos.
<p>Gestionar, despachar el pedido; etiquetar, embalar y</p>	<ul style="list-style-type: none">• Examinar que los productos a despachar correspondan con las especificaciones del pedido.• Realiza la rotación de los productos en el tiempo adecuado cuidando de evitar la caducidad del mismo (FIFO)
<p>Registrar la entrada y salida de los productos</p>	<ul style="list-style-type: none">• Registra las entradas y salidas de los productos.• Mantiene las existencias en los límites fijados.