



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CIENCIA

UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo



DOCUMENTO DE SÍNTESIS

Análisis de la evolución del sector de Comercio al por Menor en Asturias y el mantenimiento y adaptación de las cualificaciones de sus trabajadores/as



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
METODOLOGÍA.....	4
ANÁLISIS ECONOMICO-EMPRESARIAL.....	5
Evolución y Situación Actual de los subsectores.....	5
Flujogramas de los procesos productivos	7
Organigramas tipo de las empresas.....	9
ESTUDIO PROFESIOGRÁFICO DEL TRABAJADOR TIPO POR OCUPACIÓN.....	10
COMPETENCIAS Y PERFILES PROFESIONALES.....	10
PROSPECTIVA DE LOS SUBSECTORES.....	19
ANÁLISIS FORMATIVO.....	20
Necesidades de formación por ocupación y espacio profesional.....	20
CONCLUSIONES.....	25

INTRODUCCIÓN

Los cambios tecnológicos, organizativos y sociales que se producen en la economía actual influyen en muchos sectores económicos. El sector de Comercio al por Menor no es una excepción y por lo tanto existe una serie de innovaciones derivadas del progreso técnico y de la organización del trabajo que inciden en el desarrollo de las empresas de muchos de los subsectores que lo conforman y de los trabajadores que forman parte de estas empresas.

En este sentido, el ámbito en el que se centra este estudio son subsectores que, en conjunto, se caracterizan por estar fuertemente influenciados por este tipo de cambios, habida cuenta de la cantidad de microempresas que lo forman y por su relación directa con sectores económicos que actualmente se encuentran en crisis, como es la Industria Textil.

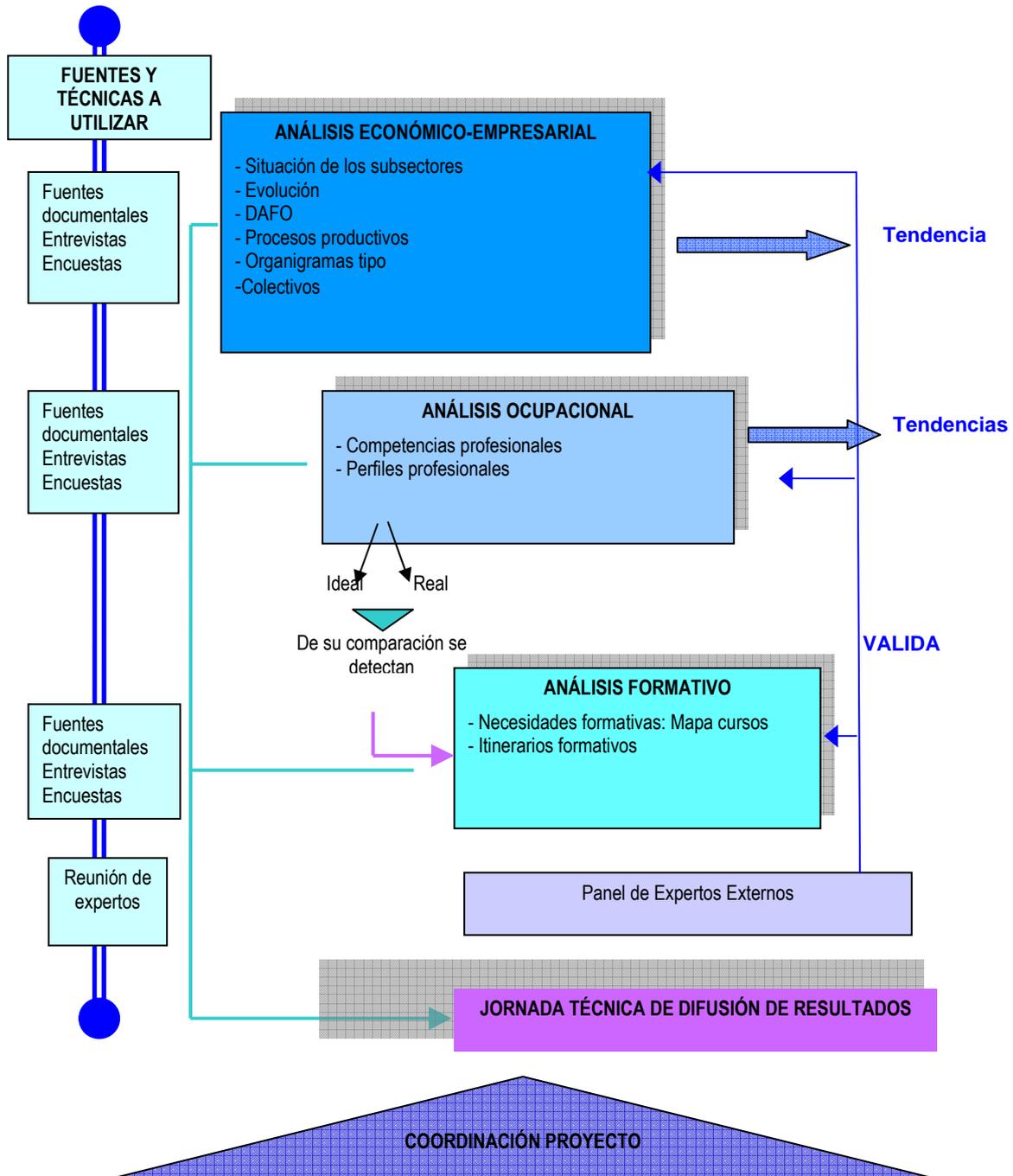
Así analizaremos los subsectores de Comercio al por Menor de Textiles, Prendas de vestir y Calzado y artículos de cuero en los municipios de Oviedo y Gijón, los cuáles, como el Comercio al por Menor en general, se ven fuertemente influenciados por los cambios en la forma de distribución, modernización del comercio tradicional para adaptarse a los cambios en las preferencias del consumidor y aumentar la competitividad frente a las nuevas formas de comercialización, etc.

En este sentido, el principal objetivo de este proyecto es un estudio detallado de las necesidades formativas dentro de dichas actividades, para de esta forma poder hacer frente a todos los cambios que envuelven a las empresas y trabajadores de este tipo de subsectores.

METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente estudio de necesidades, resulta imprescindible abarcar primero dos ámbitos consecutivos de análisis, para lo cual se utilizarán una serie de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación y la consulta de fuentes documentales diversas y se pasa después a desarrollar el análisis formativo para la consecución de las necesidades formativas detectadas.

A continuación se presenta un esquema del trabajo, dónde se detalla claramente cada uno de los pasos a realizar y las técnicas utilizadas para su consecución:



Fuente: elaboración propia

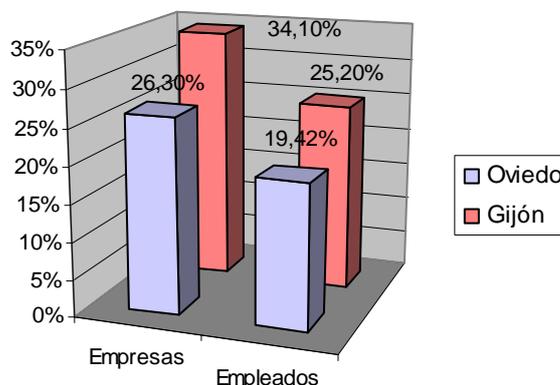
ANÁLISIS ECONÓMICO-EMPRESARIAL

➤ Evolución y Situación Actual de los Subsectores

Los subsectores de Comercio al por Menor de Textiles, Prendas de vestir y Calzado y artículos de cuero, y el Comercio en general, han experimentado en los últimos años un avance espectacular. Los cambios en el comportamiento del consumidor y en sus hábitos de compra han influido notablemente en este cambio. Asimismo, aparecen nuevas formas comerciales que hacen aumentar la competitividad para el comercio de pequeñas dimensiones y gestionado individualmente, el comercio tradicional y cambios legislativos y tecnológicos que afectan claramente a la estructura organizativa del comercio minorista.

Destacar el fuerte peso que estos tres subsectores de comercio minorista tienen en el conjunto de subsectores de Comercio al por Menor *Otro Comercio al por Menor de artículos nuevos en establecimientos especializados* de Asturias, principalmente el subsector de Prendas de vestir. Un claro ejemplo de esto lo demuestra el hecho de que alrededor de un 34 % de las empresas que desarrollan alguna de las actividades de comercio minorista de este grupo pertenecen a uno de los tres subsectores de estudio. Asimismo, los municipios de Oviedo y Gijón concentran el 60,40% de la oferta de de este tipo de empresas y el 44,62% de sus trabajadores en toda la Comunidad. Gijón representa la mayor concentración de estas empresas y trabajadores.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL NÚMERO DE EMPRESAS Y TRABAJADORES ENTRE OVIEDO Y GIJÓN RESPECTO AL TOTAL DE ASTURIAS. AÑO 2004



Fuente: elaboración propia

Si atendemos a la evolución de las empresas de estos subsectores de análisis encontramos que se producen una evolución negativa en los tres últimos años de estudio. En los años 80 se produce en la Comunidad un crecimiento desorganizado del número de empresas, que junto a la competencia que tiene que hacer frente continuamente el comercio tradicional, conllevan a que se produzca una disminución progresiva de su número.

Sin embargo, esta evolución negativa en los comercios minoristas de estudio no puede generalizarse para el caso del número de empleados, dónde se aprecia una evolución positiva en los últimos años. Más de un 60% de los empleados que trabajan en alguna de estas empresas lo hacen en empresas del denominado comercio tradicional.

Por tamaño de empresa, destacar que en Oviedo y Gijón la figura más representativa son las empresas de muy pequeño tamaño (menos de 6 trabajadores), básicamente las conformadas por un autónomo con uno o dos empleados a su cargo. De hecho el "autónomo" representa el 68% de la

Análisis de la evolución del sector de comercio al por menor en Asturias y el mantenimiento y adaptación de las cualificaciones de sus trabajadores/as

tipología de estas empresas, seguido por la Sociedad Limitada. Se observa un cambio del tamaño de algunas empresas con menos de 6 trabajadores a una plantilla de empleados mayor. El mayor porcentaje de empresas de tamaño pequeño también implica que más de un 90% de las empresas de estos tres subsectores en Oviedo y Gijón obtengan un volumen anual de negocio de menos de un millón y medio de euros.

Analizando la configuración laboral de los trabajadores de este tipo de establecimientos, encontramos el predominio mayoritario de la mujer, principalmente en el caso de las empresas del subsector de Comercio al por Menor de Prendas de vestir y resultando ser el grupo de 30 a 49 años de edad el núcleo de plantilla de este tipo de establecimientos comerciales. En general el nivel de cualificación de los trabajadores de estos subsectores es de estudios básico-medios y su antigüedad en el puesto es normalmente superior a los cinco años. Una buena parte de los contratos son indefinidos, aunque también destacan los contratos de duración determinada.

En la gran mayoría de las empresas de estos subsectores, representadas básicamente por el comercio tradicional, una sola ocupación desempeña la práctica totalidad de las tareas del establecimiento, principalmente en el caso de las empresas de tamaño pequeño.

Se presenta a continuación las principales conclusiones de la matriz DAFO para realizar el análisis externo e interno de estos subsectores.

FACTORES INTERNOS



FACTORES EXTERNOS



➤ **Flujogramas de los Procesos Productivos**

Esta configuración será la que emplearemos como base para la representación de flujo de trabajo en el comercio al por menor tradicional, objeto principal de estudio. Hablamos de una única representación gráfica de los distintos flujos, fundamentada en el comercio tradicional de los subsectores de Comercio al por Menor de Textiles, Prendas de vestir y Calzado y artículos de cuero para los dos municipios más significativos del Principado de Asturias, ya que tal y como explicamos a lo largo del Análisis económico, las empresas menores de 9 empleados conforman el 98.63% de todas las empresas existentes y pertenecientes a estos subsectores. Es como de esta forma y buscando la máxima representatividad hemos realizado un único flujograma como reflejo específico de la pequeña empresa con un fuerte carácter tradicional, tan propio de la Comunidad Autónoma analizada.

Empresas Pequeñas (menos de 9 empleados)

Las ocupaciones implicadas en función de su nivel de cualificación, situadas en los dos procesos son:

Nivel 4: Gerente

Nivel 3: Encargado

Nivel 2: Dependiente / Vendedor técnico

Nivel 2: Ayudante

De este modo la subdivisión del flujograma en los dos procesos se ha realizado del modo que se adjunta en el siguiente cuadro. Destaca el carácter básico que posee el proceso aprovisionamiento, todo ello debido, a las cualidades intrínsecas que dicho proceso posee en el comercio tradicional.

Proceso almacenamiento

En el desarrollo del proceso de comercialización se han establecido 2 subprocesos, los cuales son:

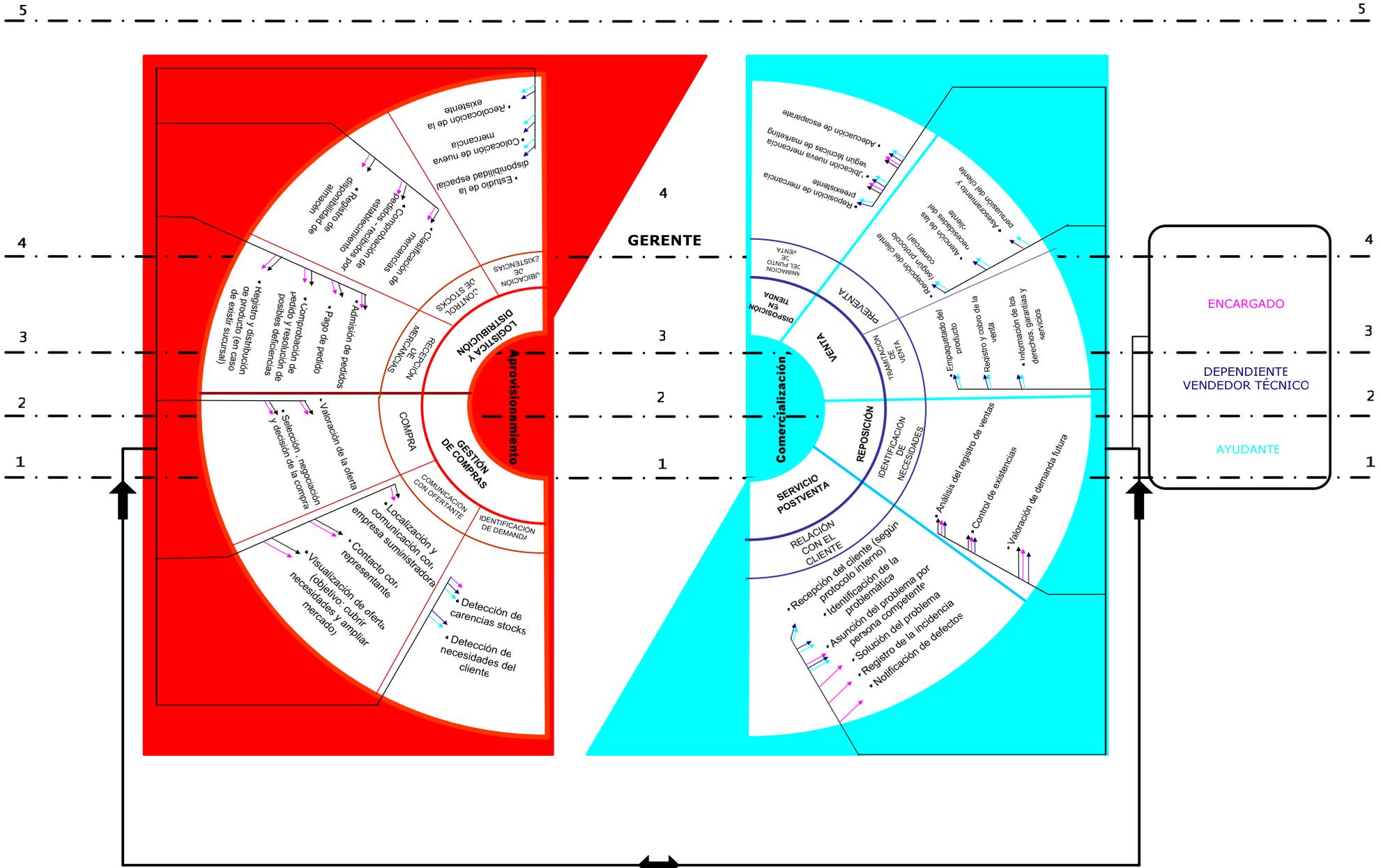
1. Gestión de compra
2. Logística y distribución

Proceso comercialización

En el desarrollo del proceso de comercialización se han establecido 4 subprocesos, los cuales son:

1. Disposición en tienda
2. Venta
3. Reposición
4. Servicio Postventa

Para una mejor comprensión de lo explicado, dispondremos el flujograma que hemos explicado anteriormente:



➤ Organigrama Tipo de las Empresas

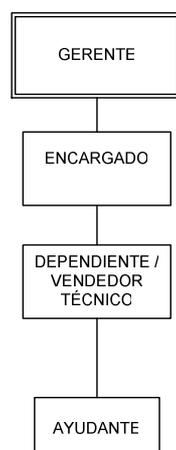
Tal y como ya hemos señalado en numerosas ocasiones, al tratarse de un estudio tan focalizado en tres subsectores específicos trataremos cada una de las ocupaciones siguiendo de forma pormenorizada las ocupaciones a analizar, configurando la estructura organizativa de la organización dependiendo del tamaño de ésta. Del mismo modo, que sucede con la representación de flujos de trabajo, hemos limitado nuestro estudio a aquellas organizaciones menores de 10 empleados porque representa prácticamente un 99% de los subsectores, y es así como obtendremos una representación totalmente fidedigna de prácticamente la totalidad de los subsectores analizados.

La única variable que emplearemos para la agrupación de organigramas tipo, tal y como ya señalamos, será el volumen de trabajadores por cada empresa generando así 2 posibles opciones. Los rangos serían:

Menos de 6 empleados



De 6 a 9 empleados



ESTUDIO PROFESIOGRÁFICO DEL TRABAJADOR TIPO POR OCUPACIÓN

➤ Competencias y Perfiles Profesionales

Dentro de este apartado estudiaremos las competencias profesionales, las cuales, las podríamos definir como el conjunto de Unidades de Competencia que a su vez vienen definidas por Funciones o Realizaciones Profesionales y estas últimas están formadas por diferentes Criterios de Ejecución o Tareas, tanto con carácter ideal como real. Para simplificar, nos centraremos en la ocupación de DEPENDIENTE.

▪ Competencias Profesionales Reales

UNIDADES DE COMPETENCIA:

1. Recibir, atender y gestionar la venta de forma personalizada ya que se adapta a sus necesidades. Intenta resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa.

2. Detectar necesidades de aprovisionamiento, gestionar su compra y reposición.

3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta.

UNIDAD DE COMPETENCIA 1:

1. Recibir, atender y gestionar la venta de forma personalizada ya que se adapta a sus necesidades. Intenta resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa.

FUNCIONES	TAREAS
1.1 Recibir al cliente	1.1.1 Saludando al cliente.
1.2. Atender las necesidades del cliente de forma personalizada	1.2.1 Interesándose por sus necesidades 1.2.2 Mostrando productos adaptados a dichas necesidades 1.2.3 Informando de las características del producto y sugiriéndole / aconsejándole aquello más adaptado a sus necesidades (novedades/promociones) empleando catálogos, muestrarios y demás utensilios.
1.3 Gestionar la venta	1.3.1 Resolviendo la petición del cliente permitiendo su propia valoración. 1.3.2 Ajustando el producto a las propias necesidades del cliente (arreglos) 1.3.3 Informando al cliente de los costes, formas de pago, garantías y servicios. 1.3.4 Empaquetando la venta adaptándolo a las peticiones del cliente 1.3.5 Registrando, cobrando y agradeciendo su visita. 1.3.6 Recogiendo las mercancías mostradas.

1.4 Solucionar incidencias (reclamaciones)	1.4.1 Recibiendo y atendiendo al cliente preguntándole por el motivo de su visita 1.4.2 Informando sobre las posibilidades de solución (devolución, vale, cambio mercancía) 1.4.3 Gestionando la resolución del problema dependiendo de la política de la empresa. 1.4.4 Pidiendo disculpas buscando la fidelización del cliente 1.4.5 Contactando con fabrica o comercial para solucionar deficiencias.
--	--

UNIDAD DE COMPETENCIA 2:

2. Detectar necesidades de aprovisionamiento, gestionar su compra y reposición

FUNCIONES	TAREAS
2.1 Detectar necesidades de aprovisionamiento	2.1.1 Elaborando diariamente un balance entre ventas y stockage. 2.1.2 Diagnosticando carencias de aprovisionamiento.
2.2 Gestionar compras	2.2.1 Visualizando la variedad de productos 2.2.2 Realizando solicitud de pedidos, en base a tendencias comerciales (siempre y cuando la política de la empresa así lo dictamine).
2.3 Gestionar recepción y colocación de mercancía	2.3.1 Recibiendo mercancía 2.3.2 Comprobando mercancía a su llegada 2.3.3 Colocando la mercancía nueva 2.3.4 Organizando el punto de venta

UNIDAD DE COMPETENCIA 3:

3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta.

FUNCIONES	TAREAS
3.1 Mantener las instalaciones	3.1.1 Gestionando, organizando y supervisando el punto de venta periódicamente propiciando la creación de ambientes
	3.1.2 Montando y renovando periódicamente el escápate (rotación de productos) dándole visión publicitaria.
	3.1.3 Limpiando y acondicionando el establecimiento
	3.1.4 Informando periódicamente al cliente de la llegada de nueva mercancía.

▪ **Competencias Profesionales Ideales**

UNIDADES DE COMPETENCIA:

1. Recibir, atender y gestionar las necesidades del cliente con el objetivo de hacer una venta adaptada a éste. Además de intentar resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa incluyendo un exhaustivo servicio postventa

2. Detectar las necesidades de aprovisionamiento diario, responsabilizándose de la solicitud y organización de los productos en la reposición de mercancías (siempre que la política de la empresa así lo dictamine)

3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta (orientar, informar y atraer al cliente).

UNIDAD DE COMPETENCIA 1:

1. Recibir, atender y gestionar las necesidades del cliente con el objetivo de hacer una venta adaptada a éste. Además de intentar resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa incluyendo un exhaustivo servicio postventa

FUNCIONES	TAREAS
1.1. Recibir al cliente	1.1.1. Acogiendo al cliente según protocolo comercial
1.2. Atender las necesidades del cliente en base a conocimientos técnicos.	1.2.1. Interesándose por el motivo de su visita y comprendiendo sus necesidades 1.2.2. Subsanando las necesidades del cliente a través de la muestra de productos más adaptados a dichas necesidades 1.2.3. Complementando el muestreo con una información detallada sobre los productos (variedad, características, prestaciones, ventajas ...) 1.2.4. Facilitando, en caso de ser necesario y posible, la adaptación completa del producto a las necesidades del cliente (mediante la aplicación de conocimientos técnicos)
1.3. Gestionar la venta	1.3.1. Informando del coste del producto, formas de pago y garantías 1.3.2. Cobrando al cliente tras el previo registro de la mercancía 1.3.3. Empaquetando la mercancía 1.3.4. Agradeciendo al cliente su visita y buscando su fidelización 1.3.5. Recogiendo las mercancías mostradas
1.4. Resolver reclamaciones	1.4.1. Recibiendo y preguntando por el motivo de su visita 1.4.2. Informando sobre las posibilidades de solución del percance 1.4.3. Gestionando dicha solución en base a los deseos del cliente y la política de la empresa (pudiendo delegar dicha reclamación a la persona encargada) 1.4.4. Agradeciendo al cliente su visita y disculparse por las molestias ocasionadas 1.4.5. Contactando posteriormente por teléfono con el cliente para obtener una valoración del servicio 1.4.6. Registrando dicha valoración 1.4.7. Desarrollando un informe periódico de las necesidades detectadas.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2:

2. Detectar las necesidades de aprovisionamiento diario, responsabilizándose de la solicitud y organización de los productos en la reposición de mercancías (siempre que la política de la empresa así lo dictamine)

FUNCIONES	TAREAS
2.1. Detectar las necesidades de aprovisionamiento	2.1.1. Elaborando diariamente los registros de venta como base en el diagnóstico de posibles carencias 2.1.2. Evaluando periódicamente las solicitudes de productos determinados por la clientela
2.2. Gestionar compras y responsabilizarse de su correcta reposición	2.2.1. Solicitando la reposición de las existencias tanto a almacén como a otras sucursales (según política de empresa) 2.2.2. Comprobando la llegada de la mercancía solicitada 2.2.3. Colocando la nueva mercancía en su lugar correspondiente en el punto de venta 2.2.4. Organizando el punto de venta

UNIDAD DE COMPETENCIA 3:

3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta

FUNCIONES	TAREAS
3.1. Mantener las instalaciones y mercancías para la atracción del cliente	3.1.1. Colocando y actualizando periódicamente las instalaciones a través del empleo de técnicas de venta 3.1.2. Orientando e informando periódicamente al cliente de la llegada de nueva mercancía, actualizaciones de ésta, ofertas...

▪ **Perfiles Profesionales Reales**

NIVEL DE CUALIFICACIÓN: Nivel 2

ÁREA PROFESIONAL: Esta ocupación desarrolla su trabajo en establecimientos comerciales de venta al público de cualquier producto.

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

CNAE 5241 Comercio al por menor de textiles

CNAE 5242 Comercio al por menor de prendas de vestir

CNAE 5243 Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero.

DESCRIPCIÓN: La ocupación de dependiente es una de las profesiones clave en el sector del comercio al por menor, por tratarse de la figura fundamental y básica para el desarrollo de la actividad, jerárquicamente se encuentra situado por debajo del jefe de departamento/ de sección o encargado y por encima del ayudante.

COMPETENCIA GENERAL: Encargado de recibir, atender y gestionar la venta personalizada, resolviendo a su vez las posibles reclamaciones que se puedan plantear en base a los procedimientos dictaminados por la empresa. Detectará las necesidades de aprovisionamiento y mantendrá actualizado el punto de venta, con el objetivo de conseguir una mayor atracción de la clientela.

COMPETENCIA PROFESIONAL: Un vendedor deberá tener una gran capacidad comunicativa además de sus conocimientos técnicos de venta como medio básico para la obtención de la precisión en la venta y por lo tanto subsanar las necesidades del cliente. Para cubrir dichas necesidades es imprescindible un alto grado de autoconfianza, aplicando su capacidad de sociabilidad y de resolución de problemas como respuesta a las contingencias desarrollando de este modo sus capacidades de fidelización.

UNIDADES DE COMPETENCIA:

UC 1. Recibir, atender y gestionar la venta de forma personalizada ya que se adapta a sus necesidades.. Intenta resolver las posibles reclamaciones en base a procedimientos establecidos por la empresa.

UC 2. Detectar las necesidades de aprovisionamiento, gestionar su compra y reposición

UC 3. Atracción del cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta

PROSPECCIÓN OCUPACIONAL:

- **TENDENCIAS DE LA OCUPACIÓN:**

NUEVA	EXPANSIÓN	X
RECESIÓN	EXTERNALIZACIÓN	
MANTENIMIENTO		

- **INNOVACIONES**

CAMBIOS DE EQUIPOS, INSTRUMENTOS, MATERIALES E INSTALACIONES:		TIEMPO
U.C. 1 Func. 1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2	Equipos informáticos y aplicaciones informáticas. (renovación)	ULTIMOS 3 AÑOS
U.C. 1 Func. 1.3	TPV	ULTIMOS 3 AÑOS
U.C. 1 Func. 1.1;1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Cambios en las instalaciones	ULTIMOS 2 AÑOS
CAMBIOS DE PROCEDIMIENTOS, TÉCNICAS Y MÉTODOS DE TRABAJO:		
U.C. 1 Func. 1.2;1.3, 1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.3	Sistemas y métodos de codificación (sistema de etiquetado)	ULTIMOS 3 AÑOS
CAMBIOS EN MATERIA DE CALIDAD:		
CAMBIOS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL:		
U.C. 1 Func. 1.2;1.3 U.C. 2 Func. 2.3 U.C. 3 Func. 3.1	Minimización de residuos generados Clasificación y separación de los residuos	ULTIMOS 3 AÑOS
CAMBIOS EN MATERIA DE RIESGOS LABORALES:		
U.C. 1 Func. 1.1;1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2,2.3 U.C. 3 Func. 3.1	Medidas de prevención de riesgos laborales y adaptación a la normativa (Manual de PRL)	ULTIMOS 2 AÑOS
	Realización de cursos de prevención	ULTIMO AÑO

ÁMBITOS DE MOVILIDAD DE LA OCUPACIÓN:

PROMOCIÓN	ADAPTACIÓN	SECTOR IMÁN	ZONA IMÁN
Gerente Encargado		Comercio al por menor	Ámbito Nacional

ENTORNO LABORAL:

- **Relaciones jerárquicas:**

PUESTO SUPERIOR	Gerente, Encargado
TIPO DE INSTRUCCIONES	Directrices Generales
TIPO DE CONTROL RECIBIDO	Global sobre las funciones
FRECUENCIA DEL CONTROL	Diario / Funciones

- **Factores administrativos:**

Tipo de Contrato: Indefinido

Jornada: Completa partida

CONOCIMIENTOS Y FORMACIÓN:

- **Nivel de estudios:**

- Estudios básicos y medios: E.S.O., Estudios Primarios o E.G.B. y Bachillerato, Bachiller Superior o BUP.

▪ **Competencias Profesionales Ideales**

NIVEL DE CUALIFICACIÓN: Nivel 2

ÁREA PROFESIONAL: Esta ocupación desarrolla su trabajo en establecimientos comerciales de venta al público de cualquier producto.

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

CNAE 5241 Comercio al por menor de textiles

CNAE 5242 Comercio al por menor de prendas de vestir

CNAE 5243 Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero.

DESCRIPCIÓN: La ocupación de dependiente es una de las profesiones clave en el sector del comercio al por menor, por tratarse de la figura fundamental y básica para el desarrollo de la actividad, jerárquicamente se encuentra situado por debajo del jefe de departamento/ de sección y por encima del ayudante.

COMPETENCIA GENERAL: Encargado de la recepción, atención y gestión de las necesidades del cliente con el objetivo de realizar una venta adaptada a este, resolviendo a su vez las posibles reclamaciones que se le puedan plantear en base a los procedimientos predeterminados por la empresa. Detectará las necesidades de aprovisionamiento y mantendrá actualizado el punto de venta con el objetivo de atraer al cliente.

COMPETENCIA PROFESIONAL: Un vendedor deberá tener una gran capacidad comunicativa además de sus conocimientos técnicos de venta como medio básico para la obtención de la precisión en la venta y por lo tanto subsanar las necesidades del cliente. Para cubrir dichas necesidades es imprescindible un alto grado de autoconfianza, además de emplear sus cualidades de negociación y flexibilidad, aplicando su capacidad de sociabilidad y de resolución de problemas como respuesta a las contingencias.

UNIDADES DE COMPETENCIA:

UC 1. Recibir, atender y gestionar las necesidades del cliente con el objetivo de realizar una venta adaptada a éste. Además de intentar resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa incluyendo un exhaustivo servicio postventa

UC 2. Detectar las necesidades de aprovisionamiento diario, responsabilizándose de la solicitud, supervisión y reposición de mercancías (siempre y cuando la política de la empresa así lo dictamine)

UC 3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta (orientar, informar y atraer al cliente)

RELACIÓN DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA CON EL FLUJOGRAMA:

UC 1. Proceso comercialización

Subproceso:

- Venta
- Servicio Postventa

Fase:

- Preventa
- Tramitación de la venta
- Relación con el clientela

Subfase:

- Recepción del cliente, atención de las necesidades del cliente y asesoramiento y persuasión del cliente
- Empaquetado del producto, registro y cobro de la venta e información de los derechos y garantías
- Recepción del cliente, identificación de la problemática y asunción del problema por la persona.

UC 2

Proceso comercialización

Subproceso:

- Reposición

Fase:

- Identificación de las necesidades

Subfase:

- Análisis del registro de ventas, control de existencias y valoración de la demanda futura

Proceso de aprovisionamiento

Subproceso:

- Gestión de compras
- Logística y distribución

Fases

- Identificación de demanda
- Ubicación de existencias

Subfases

- Detección de carencias de stocks y de necesidades del cliente.
- Estudio de la disponibilidad espacial, colocación de nueva mercancía y recolocación de la existente.

UC 3 Proceso comercialización

Subproceso:

- Disposición en tienda

Fase:

- Animación del punto de venta

Subfase:

- Reposición de mercancía preexistente, ubicación de nuevas mercancía según técnicas de marketing y adecuación del escaparate

PROSPECCIÓN OCUPACIONAL:

- **TENDENCIAS DE LA OCUPACIÓN:**

NUEVA	EXPANSIÓN	X
RECESIÓN	EXTERNALIZACIÓN	
MANTENIMIENTO		

- INNOVACIONES

CAMBIOS DE EQUIPOS, INSTRUMENTOS, MATERIALES E INSTALACIONES:	
U.C. 1 Func. 1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2	Equipos informáticos y aplicaciones informáticas. Sistemas ERP Equipamientos y lectores de códigos de barras
U.C. 1 Func. 1.3	TPV
U.C. 1 Func. 1.1;1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Cambios en las instalaciones
CAMBIOS DE PROCEDIMIENTOS, TÉCNICAS Y MÉTODOS DE TRABAJO:	
U.C. 1 Func. 1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2	Procedimientos que utilizan métodos informáticos Sistemas y métodos de codificación
CAMBIOS EN MATERIA DE CALIDAD:	
U.C. 1 Func. 1.1;1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Sistema de gestión de calidad
CAMBIOS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL:	
U.C. 1 Func. 1.2;1.3 U.C. 2 Func. 2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Minimización de residuos generados
U.C. 1 Func. 1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Clasificación y separación de los residuos peligrosos
U.C.2 Func. 2.1; 2.2	Sistemas de gestión medioambiental (reciclaje, reutilización, eliminación)
CAMBIOS EN MATERIA DE RIESGOS LABORALES:	
U.C. 1 Func. 1.1;1.2;1.3;1.4 U.C. 2 Func. 2.1;2.2 U.C. 3 Func. 3.1	Medidas de seguridad y salud en el lugar de trabajo
	Medidas de señalización de seguridad y salud
	Protección frente a incendios
	Análisis y evaluación de riesgos
U.C. 1 Func.1.2, 1.3,1.4 U.C. 2 Func. 2.1; 2.2	Medidas de protección frente a pantallas de visualización

ÁMBITOS DE MOVILIDAD DE LA OCUPACIÓN:

PROMOCIÓN	ADAPTACIÓN	SECTOR IMÁN	ZONA IMÁN
Encargado		Comercio al por menor	Ámbito Nacional

ENTORNO LABORAL:

- Relaciones jerárquicas:

PUESTO SUPERIOR	Gerente, Encargado
TIPO DE INSTRUCCIONES	Directrices Generales
TIPO DE CONTROL RECIBIDO	Global sobre las funciones
FRECUENCIA DEL CONTROL	Diario

- **Factores administrativos:**

Tipo de Contrato: Indefinido

Jornada: Completa partida o continua

CONOCIMIENTOS Y FORMACIÓN:

- **Nivel de estudios:**

- Ciclo formativo de grado medio de comercio

- Ciclo formativo de grado superior de gestión comercial y marketing

PROSPECTIVA DE LOS SUBSECTORES

Los cambios sociales y demográficos producidos en los últimos tiempos, junto con los cambios en los hábitos de compra del consumidor, invitan al comerciante a realizar un cambio en sus estrategias de actuación. Ahora las rentas se dirigen cada vez más al tema vivienda, ocio, salud y telecomunicaciones, pasando ocupar la partida de prendas de vestir y calzado una posición inferior a años anteriores.

De la misma forma, el crecimiento desorbitado experimentado en los años 80 en el número de establecimientos comerciales, así como la llegada de los nuevos modelos comerciales que provocaron la evolución negativa del número de empresas de nuestros subsectores de estudio, influirán decisivamente en la evolución futura de la demografía de los comercio minoristas de Textiles, Prendas de vestir y Calzado y artículos de cuero en los municipios de investigación. Es así como se puede esperar una tendencia negativa del número de empresas en Oviedo y Gijón para los próximos años, condicionada por la evolución positiva del número de empresas de los denominados nuevos modelos comerciales en detrimento de los establecimiento de comercio tradicional.

Sin embargo, esta tendencia de evolución negativa en los comercios minoristas de estudio no puede generalizarse para el caso del número de empleados, cuyo número es de esperar que seguirá una tendencia futura positiva, tal como ocurrió en los años anteriores.

Asimismo, estamos ante unos subsectores a los que las innovaciones tecnológicas, normativas y organizativas que se producen a su alrededor les inciden notablemente. La nueva Ley de Comercio Interior y la Regulación de los Horarios Comerciales suponen varios cambios dentro de estos establecimientos. También aparece un nuevo Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, con la finalidad de ayudar al pequeño comercio de barrio.

En cuanto a las tendencias, destacar la tendencia a la especialización en este tipo de establecimientos y también la utilización de las nuevas tecnologías, sobre todo a lo concerniente a su relación con proveedores, promoción del negocio, atención al cliente, etc., a través de correo electrónico, creación de una página Web del comercio y manejo de Internet.

Si atendemos a los cambios a los que se han visto sometidas las ocupaciones, estos pueden venir dados en función de la introducción de nuevas tecnologías, nuevas formas organizativas, sistemas de gestión y normativas, tanto de calidad como de medioambiente y prevención de riesgos laborales.

OCUPACIÓN	TENDENCIA DE LA OCUPACIÓN
GERENTE	MANTENIMIENTO - RECESIÓN
ENCARGADO	MANTENIMIENTO
DEPENDIENTE	EXPANSIÓN
AYUDANTE	MANTENIMIENTO

ANÁLISIS FORMATIVO

➤ Necesidades de Formación por Ocupación y Espacio Profesional

El proceso de detección de las necesidades de formación es muy simple en su esquema, se obtiene por la diferencia entre los requerimientos de formación, es decir, los conocimientos, habilidades y actitudes (las competencias) que necesita la empresa u organización de que se trate y los que realmente tiene el personal de la misma. A esto hay que añadir el potencial de desarrollo de estas personas para aumentar sus posibilidades de promoción y desarrollo profesional.

Concretamente en el caso del Dependiente, hemos detectado las siguientes necesidades formativas; necesidades que se verán reflejado gráficamente en el MAPA DE CURSOS, junto con las propias de las restantes 3 ocupaciones analizadas:

NECESIDAD DETECTADA	Actualización continúa en los fundamentos teóricos de la comercialización. Actualización continúa en la gestión comercial y de personal.	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
Cambios sociales: características propias de la población activa Perfeccionamiento de conocimientos básicos	TODAS	TODAS
MÓDULOS PROPUESTOS	CONTENIDOS BÁSICOS	
Desarrollo de capacidades, habilidades y destrezas ocupacionales.	⇒ Introducción ⇒ Estudio de habilidades / capacidades de ocupación ⇒ Desarrollo de habilidades / capacidades prácticas	
Conocimientos básicos del sector/subsector y su entorno	⇒ Introducción <ul style="list-style-type: none"> ▪ Importancia del sector/subsector ▪ Estructura ▪ Tipología ▪ Tendencias 	
Conocimientos básicos de las mercancías.	⇒ Introducción ⇒ Características del producto (materiales, calidad, limpieza, tratamientos...) ⇒ Disposición en tienda	
Técnicas de venta y atención al cliente.	⇒ Introducción ⇒ Elementos en la venta (consumidor, producto, vendedor) ⇒ Comunicación oral y escrita ⇒ Gestión de la venta ⇒ Servicio Postventa ⇒ N.N.T.T en la operación cobro	
Escaparatismo	⇒ Introducción ⇒ Confección de un escaparate ideal ⇒ Componentes de un escaparate ⇒ Materiales y herramientas	

Conocimientos básicos sobre patronaje y confección	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Materiales / Utensilios básicos ⇒ Patronaje ⇒ Corte ⇒ Confección
--	---

NECESIDAD DETECTADA	Formarse en la buena gestión de las necesidades de aprovisionamiento.	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Innovaciones: Cambios en procedimientos, técnicas y métodos de trabajo ⇒ Perfeccionamiento de conocimientos 	2. Detectar necesidades de aprovisionamiento, gestionar su compra y reposición.	2.1. Detectar necesidades de aprovisionamiento en base a análisis exhaustivos y períodos de stockage y estudiando tendencias 2.2 Gestionar la compra colaborando en la detección del punto de stock mínimo
MÓDULO PROPUESTO	CONTENIDOS BÁSICOS	
Gestión del aprovisionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ La previsión de la demanda ⇒ La gestión logística del aprovisionamiento ⇒ La gestión de stocks y los sistemas de reposición ⇒ Organización y gestión del almacén ⇒ La negociación 	

NECESIDAD DETECTADA	Formarse en la utilización de un software para la gestión integral de la empresa (tienda / almacén).	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Innovaciones :Cambios en los procesos ⇒ Falta de conocimientos 	1. Recibir, atender y gestionar la venta de forma personalizada ya que se adapta a sus necesidades. Intenta resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa. 2. Detectar necesidades de aprovisionamiento, gestionar su compra y reposición.	1.3 Facilitar la gestión de la venta, evitando pérdida de información propiciando flujo continuo de ésta. (facilitando información completa al cliente y cobrando mediante lector óptico) 1.4 Fluidez en la resolución y registro de incidencias 2.1 Elaboración mecánica de balances entre venta y stockage. Diagnostico inmediato de necesidades

		2.2 Agilizar la gestión de compras en lo que a solicitud diaria para la reposición se refiere.
		2.3 Gestionar recepción y colocación de mercancía realizando una codificación mecánica de la mercancía
MÓDULO PROPUESTO	CONTENIDOS BÁSICOS	
Gestión operativa de ERP	⇒ Utilización del software ⇒ Modificaciones en la organización del trabajo ⇒ Relaciones entre las distintas secciones	

NECESIDAD DETECTADA	Desconocimiento de idiomas en el ámbito de la venta. Utilidad de su empleo para la atención de clientes de distinta procedencia (ingles / francés)	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
⇒ Bajo nivel de conocimientos de de lengua extranjera ⇒ Incremento de consumo de ocio.	1. Recibir, atender y gestionar la venta de forma personalizada ya que se adapta a sus necesidades. Intenta resolver las posibles reclamaciones en base a los procedimientos establecidos por la empresa.	1.1 Recepción adaptada a la procedencia del cliente.
		1.2 Atender y comprender las necesidades del cliente.
		1.3 Facilitar la gestión de la venta. (Facilitando información completa al cliente consiguiendo su posible fidelización)
		1.4 Fluidez lingüística en la resolución y registro de incidencias.
	3. Atraer al cliente a través de un adecuado mantenimiento de las instalaciones y mercancías del punto de venta.	3.1 Mantener las instalaciones buscando la atracción de toda clase de clientela, evitando que el idioma sea una barrera
MÓDULO PROPUESTO	CONTENIDOS BÁSICOS	
Curso básico de INGLÉS y FRANCÉS	⇒ Introducción ⇒ Saludos ⇒ Conjugación de verbos en presente ⇒ Conocimiento de números ⇒ Conocimiento de la moneda extranjera y cambio actual. ⇒ Conocimientos de términos técnicos mercantiles	

NECESIDAD DETECTADA	Desconocimiento del sistema de calidad, tener los conocimientos básicos relativos a la calidad que permitan a una organización introducirse en la gestión y conocer los criterios de la calidad en la comercialización.	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ↳ Ausencia de certificación adaptada al sector ↳ Baja calidad en la prestación del servicio. ↳ Innovaciones: Cambios en materia de calidad 	TODAS	TODAS
MÓDULO PROPUESTO	CONTENIDOS BÁSICOS	
Curso Básico cara a la certificación (calidad)	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Introducción ⇒ Sistema de Gestión de la Calidad en el Comercio ⇒ ISO 9001: 2000 y otras normas ⇒ EFQM 	

NECESIDAD DETECTADA	Desconocimiento del sistema de P.R.L	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ↳ Normativa ↳ Innovaciones: Cambios en materia de riesgos laborales 	TODAS	TODAS
MÓDULOS PROPUESTOS	CONTENIDOS BÁSICOS	
Curso Básico de Prevención y Riesgos Laborales	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Conceptos Básicos sobre la seguridad y salud en el trabajo ⇒ Riesgos generales y su prevención ⇒ Riesgos específicos y su prevención en el sector correspondiente a la actividad de la empresa 	
Curso básico según la actividad de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Concienciación de las existencia de riesgos ⇒ Identificación de la causalidad de los riesgos en esa actividad. ⇒ Riesgos específicos y su prevención en el sector correspondiente a la actividad de la empresa 	

NECESIDAD DETECTADA	Concienciar al trabajador sobre su implicación en la generación de estos impactos ambientales, para provocar un cambio de actitud que va a beneficiar tanto al trabajador, como al medioambiente como a la propia empresa.	
ORIGEN	UNIDAD COMPETENCIA AFECTADA	MODIFICACIÓN EN LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ↳ Normativa ↳ Innovaciones: Cambios en 	TODAS	TODAS

CONCLUSIONES

Los subsectores de Comercio al por Menor de Textiles, Prendas de vestir y Calzado y artículos de cuero se caracterizan básicamente por empresas de comercio tradicional, básicamente empresas multimarca de origen familiar y con predominio de la forma jurídica de Autónomo con uno o dos empleados a su cargo.

Como consecuencia de todos los cambios experimentados por estos subsectores, y el Comercio al por Menor en general, y por su continua competencia con los nuevos modelos comerciales, los establecimientos de comercio tradicional de estos subsectores han experimentado una evolución negativa en los últimos años y no vislumbran un futuro demasiado positivo en este sentido, por lo menos en cuanto a demografía de empresas se refiere.

Se observa también un cambio en el tamaño de las empresas, con una transformación de las empresas de menos de 6 trabajadores a una plantilla de empleados mayor.

La plantilla general de estas empresas viene caracterizada básicamente por el colectivo de mujeres y por una media de edad entre los 32 y 33 años. Su nivel de cualificación es medio-bajo y con una antigüedad de más de cinco años en el negocio. El dependiente y el autónomo son las ocupaciones predominantes.

Si atendemos a la prospectiva futura de estos subsectores, hay que reseñar los cambios normativos que se producen en el Comercio para su regulación y mejora, así como los cambios en nuevas tecnologías (programas de gestión, Internet, correo electrónico, creación de páginas Web...), con el fin de renovar este tipo de establecimientos y adaptarlos a los nuevos tiempos.

En base al perfil colectivo que caracteriza a cada una de las ocupaciones extraídas del análisis por colectivos, diremos que nos centraremos para el estudio profesiográfico en 4 ocupaciones representativas del comercio tradicional: Gerente/ Encargado/ Dependiente/ Ayudante. De estos, realizamos un análisis ocupacional detallado, comparando para ello entre competencias y perfiles profesionales ideales y reales, que junto al estudio del potencial desarrollo, realizamos una enumeración detallada por cada una de las ocupaciones de las necesidades formativas. Perfilando de este modo módulos formativos con un fuerte carácter transversal (normativa e idiomas), estratégico (manejo de TPV y gestión de aprovisionamiento) y específico (técnicas de venta, Patronaje y confección) que van encaminados a la actualización de las cualificaciones profesionales de los trabajadores de los subsectores analizados. Actualización que busca la profesionalización continua de los trabajadores, como medio necesario para el desarrollo productivo del comercio tradicional.