



Ajuntament de
Barcelona



Ocupacions més demandades al sector del Comerç

INFORME

Novembre 2015

Amb la col·laboració de:

Deloitte.



Índex

01.	<u>PRESENTACIÓ DEL SECTOR</u>	3
02.	<u>CONTEXT ACTUAL</u>	3
03.	<u>TENDÈNCIES CLAU DEL SECTOR</u>	5
04.	<u>OCUPACIÓ AL SECTOR DEL COMERÇ</u>	7
	04.1. <u>OCUPACIONS DE MAJOR QUALIFICACIÓ MÉS DEMANDADES</u>	7
	04.2. <u>OCUPACIONS DE MENOR QUALIFICACIÓ MÉS DEMANDADES</u>	10
05.	<u>CONCLUSIONS I PROJECCIÓ FUTURA</u>	12
06.	<u>FONTS I ARTICLES CONSULTATS</u>	14
07.	<u>WEBGRAFIA SECTORIAL COMPLEMENTÀRIA</u>	14

01. Presentació del sector

El sector del comerç engloba totes aquelles activitats econòmiques de compra i venda de béns o serveis per al seu ús, venda o transformació, aconseguint un ampli ventall de matèries i productes. Així mateix, tradicionalment, el sector s'ha dividit, en funció del volum de productes comercialitzats, tipus de clients i estratègies de comercialització utilitzades en: comerç majorista i comerç minorista. D'altra banda, podem dividir el sector en dos àmbits d'activitat, tenint en consideració les tasques desenvolupades pels professionals que treballen:

- **Gestió comercial:** engloba totes aquelles activitats vinculades amb la gestió de la compra i venda, la relació amb clients (anàlisi de mercats, captació i fidelització), relació amb proveïdors, així com el posicionament del producte.
- **Punt de venda:** integra totes aquelles activitats que tenen lloc en l'establiment o espai físic on es desenvolupa l'intercanvi, com poden ser l'aparador i la disposició dels productes, l'aplicació de tècniques de venda o el disseny d'estratègies de comercialització.

El sector del comerç està afrontant considerables reptes respecte a la comercialització. Així doncs, els canvis en els hàbits de consum, les noves tecnologies o l'increment de la competència a escala global estan conduint el fet que el sector reajusti les seves estratègies de venda, a fi d'aconseguir adaptar-les als nous temps.

02. Context actual

Tendències globals:

La situació del sector del comerç a nivell global al llarg de l'any 2015 s'ha caracteritzat per l'increment de la competència i del consum de les famílies així com de l'auge del comerç electrònic. En aquest context, els mercats de comerç emergents com Brasil, Xile i Xina es van situar entre els països amb millors registres de vendes en 2014 darrere de països capdavanters del sector amb grans companyies de distribució i comerç minorista com són EE.UU o Japó. En aquest sentit, Xina va registrar un creixement del sector del comerç d'un 12% en 2014. Els experts del sector estimen que el mercat xinès de comerç minorista i majorista superarà al nord-americà i se situarà com el primer i principal mercat del comerç mundial l'any 2018.

D'altra banda, el comerç electrònic (*e-Commerce*) ha incrementat la seva presència en països on les compres i vendes per internet eren relativament escasses especialment en països d'Àfrica, Sud-est asiàtic i Orient Mitjà durant l'any 2015. A més, Xina i EUA van registrar el 55% del total de vendes realitzades per internet a nivell global l'any 2014 segons dades oficials de la companyia emarketer.

Respecte a Europa, el sector del comerç s'ha convertit en un sector clau de l'economia de la Unió Europea per crear ocupació i impulsar altres sectors dependents de la seva activitat tals com la logística. En aquest sentit, el sector del comerç va representar entorn del 11% del PIB de la UE i va crear al voltant de 33 milions de llocs de treball (gairebé el 15% de l'ocupació total en la UE) l'any 2014. Així mateix, es van registrar aproximadament sis milions de companyies relacionades amb el sector del comerç al 2014. Quant al comerç electrònic, les vendes online van créixer al voltant d'un 14% aconseguint una xifra total de 214.000 milions d'euros l'any 2014 segons dades oficials d'EUROSTAT.

L'activitat del comerç electrònic representa un 2,45% del PIB de la Unió Europea i es preveu que aquesta xifra se situï entorn del 6% l'any 2020 segons l'associació europea del sector (Ecommerce Europe).

Tendències a Espanya:

El sector del comerç a Espanya ha mostrat indicis de millora al llarg de l'any 2015 fruit de la progressiva recuperació del consum intern, la depreciació de l'euro que ha permès guanyar competitivitat al mercat internacional i l'increment de les exportacions de mercaderies. En aquest sentit, les exportacions de mercaderies han crescut un 4,9% en el primer semestre de 2015 amb una xifra total de 125.122,9 milions d'euros. Així mateix, la confiança tant del consumidor com del comerciant han augmentant durant l'any 2015 donant lloc a una millora de l'activitat comercial al mercat nacional. Cal destacar la importància del sector del Comerç en l'economia espanyola ja que la seva activitat va representar un 10,3% del PIB l'any 2013, segons dades oficials de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

Respecte al comerç electrònic, les vendes online van créixer un 24,8% al 2014 enfront de l'any anterior registrant un total de 15.891 milions d'euros segons dades oficials de CNMC. Una de les línies amb major volum de negoci va ser el comerç especialitzat en alimentació.

En relació a l'ocupació, l'activitat del comerç majorista va ocupar a un total d'1.003.500 persones en el tercer trimestre de 2015, creant 42.800 nous llocs de treball, la qual cosa representa un increment del 4,5% respecte al mateix període de l'any 2014. En el cas del comerç minorista, l'activitat va ocupar un total d'1.945.600 persones en el tercer trimestre de 2015, registrant-se un augment de 17.400 nous llocs de treball (un 0,9% de creixement respecte al mateix període de 2014). D'acord amb aquestes xifres, el total de persones ocupades en el sector ha estat de 2.949.100 en el tercer trimestre de 2015 segons dades oficials de l'Institut Nacional d'Estadística.

Tendències a Catalunya:

El sector del Comerç a Catalunya ha mostrat indicis de millora al llarg de l'any 2015 a causa de factors com la baixada de preus, l'increment de la confiança dels consumidors i la progressiva creació d'ocupació. Així mateix, les exportacions de mercaderies catalanes van registrar un record històric de 60.195 milions d'euros i les vendes del comerç minorista van créixer entorn del 2,2% en 2014. Tot i així, el nombre d'empreses del sector es va reduir un 0,6% registrant-se un total de 131.224 segons dades oficials de l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT).

Respecte a l'ocupació, el sector del Comerç ha generat nous llocs de treball durant el 2015. La taxa d'ocupació del sector s'ha situat en 483.400 persones ocupades en el tercer trimestre de 2015 registrant-se un increment de l'1,4% respecte al mateix període de l'any anterior.

D'altra banda, des de la Generalitat de Catalunya es fomenta i promou la creació de nous negocis amb presència en el comerç electrònic (botiga online) mitjançant subvencions directes.

Finalment, cal destacar la rellevància de la ciutat de Barcelona com a destinació de turisme de compres ja que se situa entre les deu ciutats més atractives d'Europa per realitzar compres.

Indicadors del sector del Comerç	Contribució del sector al PIB de Catalunya ⁽¹⁾	Població ocupada en Catalunya ⁽²⁾	Nombre d'empreses en Catalunya ⁽³⁾
	10,4% (2013)	483.400 (3 er trimestre 2015)	131.224 (1 gener 2015)

(1) IDESCAT a partir de dades disponibles de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

(2) Dades extretes IDESCAT a partir de dades de l'Enquesta Població Activa .Institut Nacional d'Estadística.

(3) IDESCAT, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE.

03. Tendències clau del sector

	<p>Innovació en el comerç</p>	<p>Les companyies del sector del Comerç a nivell global aposten per integrar elements innovadors en el seu negoci amb l'objectiu de poder millorar la seva competitivitat en un entorn cada vegada més exigent i de continu canvi. En aquest context, les companyies estan invertint en incorporar noves tecnologies i emprar-les de la manera més creativa per atreure als compradors. Algunes companyies estan començant a introduir tecnologia <i>big data</i> per monitoritzar les seves botigues online i les xarxes socials amb la finalitat d'obtenir major informació de les preferències i hàbits de compra dels clients i d'aquesta manera oferir un servei més especialitzat. D'altra banda, es preveu que en els propers anys, les companyies també incorporin tecnologia del "internet de les coses", a través del com les cases podran estar connectades a la xarxa i aportar informació sobre els hàbits de compra del consumidor. D'aquesta manera, es podran realitzar compres i lliuraments automàtics.</p>
	<p>Multicanalitat: la importància de la tecnologia mòbil</p>	<p>Les vendes online han experimentat un substancial increment al llarg de l'any 2015 a causa de la creixent importància del canal online via mòbil o tableta (14% de compres online via mòbil o tableta en 2014). En aquest context, la tecnologia mòbil (Smartphone i Tablet) s'ha convertit en una eina clau en diferents moments del procés de compra. En el cas concret del procés de pre-compra, els consumidors empen la tecnologia mòbil per realitzar cerques de productes, localitzar botigues o usar cupons promocionals. A més les xarxes socials són una eina molt important de comunicació i relació entre consumidor-empresa. Els consumidors solen emprar aplicacions de mòbils i/o xarxes socials com Facebook per obtenir promocions, descomptes i rebaixes exclusives de productes.</p> <p>D'altra banda, cada vegada més les companyies aposten per nous formats comercials de combinar botiga física i online (plataforma multicanal). Un exemple és permetre als clients que realitzin comandes online i els recullin a la botiga física.</p> <p>Per això, les companyies del sector estan començant a enfocar les seves estratègies de negoci cap a la tecnologia mòbil així com adoptant tècniques de màrqueting adaptades al mòbil, oferint als usuaris una experiència de compra multicanal.</p>
	<p>Diferenciació i fidelització</p>	<p>La creixent globalització al costat de l'increment de les exportacions i importacions de mercaderies està implicant que l'oferta de productes sigui cada vegada més àmplia. Aquesta situació ha comportat al fet que els consumidors percebin menys diferències entre les companyies i que la competència sigui més intensa per aconseguir més compradors. A conseqüència, les companyies requereixen de noves tècniques per adaptar-se a la demanda i anticipar-se als seus competidors. En aquest context, les empreses creen noves estratègies comercials i de màrqueting més innovadores i flexibles. Per exemple, algunes companyies dissenyen ofertes personalitzades que inclouen experiències a mesura segons les preferències dels seus clients.</p> <p>D'altra banda, respecte a la fidelització dels clients, les estratègies són diverses tals com la recollida flexible de les compres, l'assistència post-venda, l'accés a descomptes i promocions especials, entre d'altres. Així mateix, l'entorn digital ha permès reforçar les relacions entre el comprador i l'empresa tant al moment de comprar com en la post-venda ja que la interacció és més propera, àgil i flexible.</p>

	<p>Experiència de compra</p>	<p>Actualment, els consumidors estan adquirint nous hàbits de compra de productes tant en entorns digitals (botiga online) com en físics (botigues i centres comercials). Això està comportant canvis en els models de negoci de les empreses que ofereixen una major flexibilitat i millors experiències de compra als consumidors. En aquest context, la botiga física adquireix una gran importància ja que segueix sent el principal punt de venda i és l'opció preferida pels consumidors enfront del comerç electrònic. No obstant això, cada vegada més els consumidors tendeixen a comprar productes i serveis a través de les botigues online. En aquest sentit, es preveu que les empreses evolucionin el seu model de botiga cap a un més sofisticat i personalitzat amb l'objectiu de convertir-se en centres de compra atractius per al consumidor on pugui viure una experiència diferencial. D'aquesta manera, podran atreure a aquells consumidors que solen realitzar compres online.</p> <p>Respecte a l'experiència del comprador, les empreses del comerç minorista i majorista estan introduint millores en el procés de compra des del pagament fins al servei post-venda amb la finalitat d'oferir més flexibilitat i autonomia als clients. Un bon exemple d'això és quan el procés de compra comença des d'una Tablet o mòbil i finalitza en la botiga física.</p> <p>D'altra banda, cal destacar que el consumidor online està permanentment connectat i demanda una experiència de compra que vagi més enllà dels estàndards actuals. Així mateix, aquest tipus de consumidor prefereix interactuar amb les marques a través de diferents canals com les xarxes socials i en diferents moments. Per exemple, fer la compra des de l'ordinador en un descans de la jornada laboral o comprar entrades de cinema des del mòbil. La implicació del consumidor en el procés de compra no suposa cap cost addicional per a les empreses gràcies a les noves tecnologies com per exemple els dispositius mòbils.</p>
	<p>Nous espais de comerç</p>	<p>Cada vegada més les empreses inverteixen en nous espais de botiga amb la finalitat d'atreure a més compradors. En aquest sentit, estan proliferant nous conceptes d'espai de compra tals com les denominades pop-up <i>stores</i>, botigues que s'habiliten de manera temporal i que romanen obertes durant dies o setmanes, amb l'objectiu de concentrar la venda d'una determinada marca o productes. La flexibilitat d'aquest tipus de botiga permet fer proves amb diferents productes, campanyes, etc. Aquest nou format implica que els treballadors contractats hagin de formar-se de manera ràpida i específica en quant al producte i la campanya de vendes.</p>
	<p>Travel Retail (Comerç de viatge)</p>	<p>El continu increment de les compres que realitzen els turistes en les seves destinacions turístiques en els últims anys i el consegüent impacte econòmic que han generat, ha donat lloc a un nou concepte de comerç denominat <i>Comerç de viatge</i> o <i>Travel Retail</i>. La principal raó és l'increment del turisme internacional i especialment l'augment del nombre de turistes que viatja exclusivament per comprar a l'estranger. Aquest tipus de turista mostra un gran interès per realitzar compres de productes principalment de luxe i/o de marques reconegudes així com d'estalviar en les seves compres ja que els preus dels productes són inferiors que als seus països d'origen i reben descomptes en taxes. Un bon exemple del comerç de viatge són les compres realitzades a les botigues dels aeroports ja que s'han convertit en una destinació de compra per als turistes on predominen les marques de luxe i ja no es conceben només les botigues de <i>Duty free</i>.</p>

04. Ocupació al sector del Comerç

El sector del Comerç ha continuat generant ocupació al llarg de l'any 2015 a causa del progressiu increment de les vendes tant al mercat intern com en l'extern. D'una banda, s'ha registrat un increment de professionals amb perfil comercial en els punts de venda del comerç al detall. D'altra banda, ha augmentat la demanda de professionals especialitzats en diverses activitats tals com a màrqueting digital, comerç exterior o entorn web entre unes altres. Això es deu als nous hàbits de compra dels clients i a la creixent internacionalització de les companyies nacionals.

Es preveu que la demanda de professionals del sector tant de les posicions de major qualificació com de les de menor qualificació continuarà creixent en els propers mesos amb la finalitat de donar resposta a l'increment de l'activitat comercial. D'igual manera, els experts preveuen que l'auge del comerç electrònic comportarà un augment de la demanda de professionals especialitzats en programació de web i d'aplicacions per als dispositius mòbils.

Anàlisi de l'ocupació en el sector del Comerç	Tendència actual	Previsió de creixement
	↑	↑

⬆ Recuperació/Creixement; ➡ Manteniment; ⬇ Decreixement

4.1. OCUPACIONS DE MAJOR QUALIFICACIÓ MÉS DEMANDADES

Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
1 Cap d'àrea	El/la cap/a de àrea és el/la professional que s'encarrega de dirigir i coordinar l'activitat d'un conjunt de botigues, integrades o franquiciades, dins d'un àrea geogràfica assignada i amb la finalitat d'adaptar el funcionament de cada punt de venda segons la política comercial marcada per l'adreça de l'empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària en l'àmbit del món de l'empresa o bé un cicle formatiu superior o mitjà en comerç i màrqueting. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia mínima en un lloc similar en companyies del sector. 	Es requereix un nivell alt de la llengua anglesa així com coneixements d'altres llengües tals com a Francès, Xinès, Rus, etc.
2 Retail Manager	El/la <i>retail manager</i> és el/la professional responsable de l'estratègia comercial i d'expansió en el punt de venda. Així mateix, aquest professional té una gran influència en la selecció de productes.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària en l'àmbit del món d'empresa. Experiència: es requereix disposar d'experiència prèvia com a director regional/àrea en companyies del sector. 	És important disposar de capacitats en preocupació per l'ordre i la qualitat , orientació a l'assoliment i lideratge .

	Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
3	Tècnic/a en comerç exterior	El/la tècnic/a en comerç exterior és el/la professional responsable de realitzar operacions de compra-venda, gestionar les operacions de logística, magatzematge i distribució i/o garantir la fiabilitat de les operacions internacionals de les empreses.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: es requereix disposar d'una titulació universitària en ciències socials o bé un cicle formatiu de grau superior en comerç internacional. Experiència: no es requereix experiència prèvia si es disposa de la formació basi requerida. 	És indispensable tenir un nivell alt d'Inglés. A més, les companyies valoren cada vegada més acreditar nocions d'altres idiomes.
4	Cap de producte	El/la cap de producte és el/la professional que s'encarrega d'elaborar i dirigir la seva gamma de productes, negociar les millors condicions per al conjunt de la gamma en termes de tarifes, dates de lliurament, etc.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària en l'àmbit del món d'empresa. Experiència: es requereix disposar d'experiència prèvia mínima de tres anys en gestió de productes i vendes. 	Es valoren candidats amb habilitats de lideratge , visió global, orientació estratègica i capacitat de negociació .
5	Director/a Comercial Internacional	El/la director/a comercial internacional és el/la professional responsable de planificar i implantar les línies de creixement definides en el pla estratègic de l'empresa. Així mateix, s'encarrega de liderar, desenvolupar i formar a l'equip comercial.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària en l'àmbit del món d'empresa. Experiència: es requereix disposar d'experiència prèvia mínima de cinc anys en llocs de treball similars i en entorns internacionals. 	Es requereix disposar de competències com la gestió de projectes i planificació i organització .
6	Tècnic/a d'expansió	El/la tècnic d'expansió és el/la professional responsable dels processos relacionats amb l'expansió comercial de l'empresa i de donar assessorament als franquiciats.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària de la branca de ciències socials i jurídiques. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia en marxandatge o màrqueting. 	És necessari disposar de coneixements jurídics relacionats amb el comerç internacional.

	Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
7	Expert/a en e-Commerce	L'expert/a en <i>e-Commerce</i> és el/la professional que s'encarrega de dissenyar i desenvolupar aplicacions i serveis a través de la xarxa (web i aplicacions per a mòbil i tabletas) amb l'objectiu de facilitar la compra-venda de productes a través de la xarxa.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària superior o tècnica en l'àmbit de la informàtica o les telecomunicacions. Experiència: es requereix experiència prèvia mínima de tres anys en gestió de projectes de <i>e-Commerce</i>. 	Es valoren competències clau com orientació a l'assoliment , treball en equip , creativitat i capacitat analítica , entre altres.
8	Cap de Marketing Digital <i>Digital Marketing Manager</i>	El/la cap de màrqueting digital és el/la professional responsable del màrqueting online de l'empresa, de la gestió de la web, de l'estratègia i posicionament SEO/SEM. Així mateix, s'encarrega de la definició i implantació de l'estratègia de social mitjana conjuntament amb el community manager.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'una titulació universitària en l'àmbit del món d'empresa o de la comunicació. És recomanable disposar d'un postgrau d'especialització en l'entorn digital. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia en matèria de màrqueting online. 	Es requereixen coneixements avançats de xarxes socials, programes informàtics com Microsoft Office així com programes de gestió de webs. Cada vegada resulta més important disposar de coneixements sobre xarxes socials, entorn web i comunicació.
9	Desenvolupador/a web	El/la desenvolupador/a web és el/la professional que s'encarrega de dissenyar i realitzar aplicacions web (portals, webs corporatives, plataformes, etc.), gestionar i resoldre incidències del client així com coordinar els projectes amb l'equip de màrqueting online.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: es requereix disposar d'una titulació universitària en l'àmbit de les telecomunicacions o informàtica. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia mínima de dos anys en disseny, desenvolupament, arquitectura i usabilitat web. 	És necessari disposar de coneixements tècnics d'entorn web (html,java,sql,etc.) així com de sistemes d'Android i IOS.
10	Desenvolupador/a d'aplicacions de mòbil	El/la desenvolupador/a d'aplicacions de mòbil és el/la professional responsable que s'encarrega de projectes de desenvolupament d'aplicacions per Android i IOS.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: es requereix disposar d'una titulació universitària en l'àmbit de les telecomunicacions o informàtica. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia mínima de dos anys en disseny d'aplicacions. 	

4.2. OCUPACIONS DE MENOR QUALIFICACIÓ MÉS DEMANDADES

	Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
1	Cap de secció	El/la cap de secció és el/la professional responsable de tres àmbits bàsics de gestió: la gestió econòmica, seguiment de les vendes efectuades per la secció; la gestió comercial, seguiment de la política comercial de l'empresa i responsable d'organitzar els lineals, etc; i la gestió de l'equip humà, responsable de la formació, avaluació i desenvolupament de l'equip de treball.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'un cicle formatiu de grau mitjà o superior de comerç i màrqueting. Experiència: es requereix disposar d'experiència prèvia en un lloc similar o bé en una posició jeràrquicament inferior 	<p>Es valoren competències tals com preocupació per l'ordre i la qualitat, iniciativa i orientació al client.</p> <p>Cada vegada es valora més que els candidats disposin d'algun tipus de formació reglada (cicles formatius de grau mitjà o superior) o cursos específics vinculats a la gestió comercial i vendes.</p> <p>És recomanable disposar d'un nivell mitjà/alt d'Inglés per oferir una millor atenció al client.</p>
2	Responsable de botiga	El/la responsable de botiga és el/la professional que s'encarrega de gestionar la superfície de venda, garantint els objectius marcats respecte a la xifra de negoci i a la implantació de les polítiques definides per la direcció comercial, amb l'objectiu de mantenir i fidelitzar la cartera de clients de l'establiment.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: es requereix disposar d'un cicle formatiu de grau mitjà o superior de comerç o de gestió comercial i màrqueting. Experiència: és necessari disposar d'experiència prèvia mínima d'un any en posicions similars. 	
3	Dependent/a	El/la dependent/a és el/la professional responsable de rebre, atendre i vendre directament al client els productes. Un dels seus principals objectius és ampliar i consolidar la cartera de clients que es dirigeix a l'establiment.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'un cicle formatiu de grau mitjà o superior de comerç i màrqueting. Experiència: no es requereix d'experiència prèvia. 	
4	Caixer/a	El caixer/a és el/la professional responsable de realitzar el cobrament de tots els productes que els clients han comprat en l'establiment. Ha de saber tramitar cadascun dels cobraments segons els estàndards de qualitat total, de forma efectiva i amb rapidesa.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: es requereix disposar de formació obligatòria. Així mateix es valora tenir coneixements sobre caixes registradores. Experiència: es valora disposar d'experiència prèvia en la gestió de la caixa. 	

	Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
5	Comercial punt de venda TIC	El/la comercial punt de venda TIC és el/la professional que s'encarrega d'organitzar el punt de venda dels productes i serveis que ofereixen el camp dels dispositius electrònics portàtils (telèfons mòbils, <i>smartphones</i> , PDA i uns altres), a partir de les línies mestres establertes per l'empresa matriu.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és necessari disposar d'un cicle formatiu de grau mitjà o superior en l'àmbit del comerç i màrqueting, informàtica o bé d'electrònica. Experiència: és recomanable disposar d'experiència prèvia en relacions comercials i en atenció directa als clients. 	<p>És necessari disposar de competències clau com comunicació i empatia para tractar con los clientes.</p>
6	Promotor/a de venda online	El/la promotor/a de venda online és el/la professional que s'encarrega de donar suport a les empreses i establiments en el desenvolupament d'un sistema de compres online per a la distribució dels seus productes o serveis.	<ul style="list-style-type: none"> Formació: és convenient disposar d'una titulació vinculada al món de l'empresa o bé en l'àmbit de les TIC. D'altra banda, és necessari disposar de coneixements addicionals sobre estratègies comercials on-line. Experiència: es valora disposar d'experiència prèvia en posicions amb funcions similars. 	<p>Els professionals que ocupin aquestes posicions, sovint, reben formació interna de les seves empreses en gestió de clients, dinamització de vendes, negociació, etc.</p>

5. Conclusions i Projectió futura

Noves oportunitats



- Les companyies del sector del comerç hauran d'adaptar-se a les noves preferències i exigències dels consumidors transformant els seus models de negoci i les seves estratègies de relació amb els clients per poder incrementar les seves vendes en un mercat cada vegada més competitiu i innovador tant a nivell nacional com internacional. Sota aquest context, les companyies estan començant a enfocar les seves estratègies cap a la conversió/adaptació als nous dispositius mòbils oferint als consumidors una experiència de compra diferent, àgil i innovadora.
- La creixent importància del comerç electrònic dins del sector ofereix diverses oportunitats i avantatges per a aquelles companyies que apostin per desenvolupar botigues online així com estratègies associades a les xarxes socials. D'aquesta manera, les companyies podran ampliar el seu negoci a altres zones geogràfiques, establir un canal de venda més personalitzat i àgil així com oferir una franja horària de venda permanent sense horaris. Tot això oferirà una major flexibilitat a aquelles persones que vulguin emprendre i establir un negoci de comerç minorista.
- La previsió de l'augment del turisme de compres en els propers cinc anys suposa una nova oportunitat de negoci per a les companyies del sector ja que s'estima que les vendes creixeran fins a un 51% a nivell global. És per això que les companyies hauran d'integrar els seus plans d'expansió i negoci considerant aquest tipus de consumidor per poder atreure el seu interès de compra.

Els professionals del sector del Comerç



- Les habilitats i competències requerides per les companyies del sector de comerç han evolucionat en els últims anys fruit de la creixent influència de les noves tecnologies i la intensa competència a nivell global. Exemple d'això són les habilitats requerides a l'àrea de màrqueting, informàtica i web així com servei post-venda. A la vegada, han aparegut noves competències demandades associades al disseny de productes i sistemes de producció.
- Les grans companyies del sector del Comerç aposten cada vegada més per contractar a graduats a través de programes específics que ofereixen formació i desenvolupament professional de futur dins de l'organització.
- En l'actual entorn global caracteritzat per l'elevada competència, les empreses del comerç minorista demanen cada vegada més professionals amb elevades competències comercials i venedors especialitzats que siguin capaços d'adaptar-se als canvis i tendències tant del mercat com dels productes.
- Les empreses i autònoms de comerç minorista són conscients de la necessitat d'incrementar la formació especialitzada i d'idiomes, com l'Anglès, per millorar el desenvolupament professional dels treballadors al sector, especialment d'aquells professionals amb una menor qualificació professional i educativa.

Alertes



- Els experts del sector del comerç consideren que les companyies del sector a Espanya s'enfronten a un important repte en relació amb les botigues físiques enfront de l'expansió del comerç electrònic. En aquest sentit, Espanya és un dels països amb més botigues per habitant d'Europa, i a mesura que el comerç electrònic avanci, les companyies hauran d'adaptar-se i determinar el nombre de botigues necessàries.
- El sector mostra una gran dependència de la política econòmica en termes de major pressió fiscal, endeutament, regulació i volatilitat dels tipus de canvis. Tot això impacta i influeix en les perspectives de creixement del sector per als propers anys.
- La inversió en R+D tant de les companyies com de les institucions públiques continua situant-se per sota de la mitjana d'altres sectors. Una de les raons és la grandària de l'entramat empresarial del sector del Comerç degut que ho componen principalment empreses petites o autònoms. En aquest sentit, aquestes empreses hauran d'invertir més en accions innovadores i apostar per la digitalització amb la finalitat d'aconseguir millors quotes de competitivitat i consolidar la internacionalització.

Fortaleses



- La notable importància del comerç en l'economia catalana i espanyola, especialment el comerç minorista, es deu a la seva capacitat de crear ocupació, la seva connexió i impacte en altres sectors econòmics com el turístic i la influència en l'activitat econòmica diària de les ciutats.
- El compromís de les institucions públiques tant europees com a nacionals per impulsar noves iniciatives i accions que afavoreixin la competitivitat tant del comerç minorista com del majorista a través d'ajudes financeres i projectes econòmics. Exemple d'això és el Pla Integral de Suport a la Competitivitat del Comerç Minorista d'Espanya 2015.
- La gran tradició associacionista del sector del comerç a Catalunya permet que s'estableixin acords de col·laboració per generar sinergies que facilitin la millora de la competitivitat del comerç minorista i al seu torn, dinamitzar zones comercials i revitalitzar-les per incrementar l'impacte econòmic al territori on se situen.

La importància i el pes de les noves tecnologies en el sector fa que els professionals hagin d'incorporar-les i adaptar-se constantment per ser competitius. Es preveu que el comerç electrònic generarà ocupació especialitzada en els propers anys.

06. Fonts i articles consultats

Fonts: Últimes dades disponibles. INE; IDESCAT; EUROSTAT; Deloitte Retail; Cambra de Comerç de Barcelona; e-Commerce Europa; Banc Mundial; Ministerio de Economía y Competitividad. Premsa: Expansión; La Vanguardia; El Economista; Europapress; El Mundo; Cinco Días.

Articles:

(2015). "La Cámara de Comercio considera que el reto de las pymes es invertir en innovación y digitalizarse". Europapress.

Jiménez, M. (2015). "El comercio electrónico crece en España un 24,8%". *Cinco Días*.

(2015). "Las exportaciones catalanas crecen un 6,3% hasta agosto". *El Economista*.

Prieto, M. (2015). "El comercio electrónico, a por otro año récord en España". *La Expansión*.

(2015). "Barcelona consulta els horaris comercials als ciutadans". *Barcelona Activa*

Álvarez, P. (2015). "España se convierte en un destino de compras de lujo". *Cinco Días*.

(2015). "Ventas comercio minorista en Cataluña llegaron en 2014 a nivel de 2007". *La Vanguardia*.

07. Webgrafia sectorial complementària

✓ Col·legi Oficial d'Agents Comercials de Barcelona (Coacb)

<http://www.coacb.com/portal/>

✓ Confederació de Comerç de Catalunya

<http://www.confecom.cat/>

✓ Comerç Barcelona

<http://comerc.bcn.cat/ca>

✓ Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya

<http://www.abccat.com/>

✓ Cámara de Comercio de España

<http://www.camara.es/>

! Catàleg d'ocupacions de Barcelona Treball

Vols ampliar la informació de les principals ocupacions del Sector?

Coneix el detall de les tasques que realitza cada professional, la formació necessària per a treballar-hi, les competències clau associades i les ofertes de feina publicades als principals portals de feina.

www.bcn.cat/treball > [Mercat](#) > [Sectors econòmics](#)

> [Mercat](#) > [Cercador d'ocupacions](#)

Descobreix tot el que Barcelona Activa t'ofereix



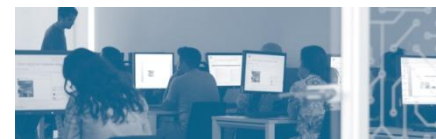
Acompanyament durant
tot el procés de recerca
de feina
bcn.cat/treball



Suport per posar en marxa
la teva idea de negoci
bcn.cat/emprenedoria



Impuls a les empreses per
ser més competitives
bcn.cat/empresa



Formació tecnològica i
gratuïta per a les persones
en recerca de feina,
emprenedors, empreses...
bcn.cat/cibernarium

Barcelona Activa

Seu Central

Llacuna, 162 - 164
08018 Barcelona
+34 934 019 777
barcelonactiva.cat

Accés

Metro: L1 Glòries i Clot / L2 Clot
Bus: 7 / B21 / H12 / 60 / 92 / 192
Rodalies: R1 i R2 Clot
Tramvia: T4 Ca l'Aranyó /
T5 i T6 Can Jaumandreu
Bicing: 42 / 133 / 132



Segueix-nos a les xarxes socials:

-  [barcelonactiva](https://www.facebook.com/barcelonactiva)
-  [barcelonactiva](https://twitter.com/barcelonactiva)
[bcn_empresa](https://twitter.com/bcn_empresa)
[elcibernarium](https://twitter.com/elcibernarium)
-  [company/barcelona-activa](https://www.linkedin.com/company/barcelona-activa)