

FICHA DE OCUPAÇÃO		
EIXO: GESTÃO E NEGÓCIOS		
SEGMENTO: COMÉRCIO		
OCUPAÇÃO: REPRESENTANTE COMERCIAL		
CBO: 3547-05 – Representante comercial autônomo		
SUBORDINAÇÃO: Supervisor ou Gerente de vendas		
NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 2 ao 5 (a depender do porte e perfil da empresa)		
FUNÇÕES PRINCIPAIS	PROSPECÇÃO TEMPORAL	INTER-RELAÇÕES FUNCIONAIS COM OUTRAS OCUPAÇÕES
Atuar na intermediação de negócios mercantis para terceiros	Longo prazo	-
Executar cobranças de duplicatas, notas promissórias e cheques dos clientes (em pequenas empresas).	Médio prazo	-
Planejar e realizar vendas	Longo prazo	Vendedor
Realizar prospecção e manutenção da carteira de lojistas	Longo prazo	-
Demonstrar mercadorias, produtos e serviços por meio de mostruários ou catálogos físico ou digital.	Longo prazo	Vendedor
Coletar dados para pesquisa relacionados a introdução e aceitação de produtos pelo mercado.	Longo prazo	
Negociar aspectos como preços, condições de entrega, pagamento e finalização da venda com base em políticas pré-estabelecidas.	Longo prazo	-
Realizar operação de entrega de produtos e mercadorias.	Longo prazo	-
Analisar a necessidade de compra do lojista de acordo com a curva de demanda e giro.	Longo prazo	-

Intermediar reclamações, trocas ou defeitos de mercadorias junto ao fornecedor, conforme a solicitação dos lojistas.	Longo prazo	-
Representar seus fornecedores e promover produtos e serviços em eventos, feiras, seminários e congressos.	Longo prazo	-
Desenvolver e aplicar estratégias de relacionamento com o cliente.	Longo prazo	Vendedor Promotor de vendas
Realizar inventário rotativo para reposição de produtos.	Longo prazo	-

Conhecimentos/Temas de domínio

- Relação entre eventos e a representação comercial: participação e estratégias de atuação.
- Acessibilidade e diversidade.
- Administração de conflitos: conceito, princípios, ferramentas, técnicas e estratégias para resolução de conflitos.
- Cadastro de clientes: coleta, atualização e organização dos dados.
- Canais de vendas.
- Características e formas de exposição de produtos em lojas físicas e virtuais.
- Características e tipos de vendas.
- Código de Defesa do Consumidor.
- Código de Ética e Disciplina dos Representantes Comerciais.
- Comunicação assertiva e escuta ativa.
- Conceitos e importância da logística e do estoque na área comercial.
- Conselho Federal dos Representantes Comerciais (Confere).
- Conselho Regional de Representantes Comerciais (Core): filiação e contribuição.
- CRM – Gestão de relacionamento com o cliente. Vantagens e desvantagens.
- Estrutura organizacional e suas inter-relações: funções organizacionais e organograma.
- Etapas da venda: pré-venda, venda e pós-venda.
- Ferramentas de vendas.
- Funções administrativas: planejamento, direção, organização e controle.
- Fundamentos da qualidade em vendas: relação entre atendimento e vendas e satisfação do cliente.
- Inadimplência: principais causas.
- Indicadores de desempenho de vendas: conceitos e aplicações.

- *Marketing* de relacionamento: estratégias, funções e importância.
- *Marketing*: definição, objetivos, composto de *marketing*, estratégias.
- Matemática financeira: prestação, desconto, juros simples e compostos.
- Materiais de apoio às vendas.
- *Merchandising*: definição, técnicas, atmosfera de compra, ações promocionais, material de ponto de venda.
- Mídias de comunicação: conceito, tipos, formato e uso para o pós-venda.
- Operações matemáticas: porcentagem, regra de três simples, razões e proporções.
- Pesquisa de mercado: tipos, coleta de dados, tabulação, gráficos, relatórios e análise.
- Pesquisa de satisfação de clientes: tipos, coleta de dados, tabulação, gráficos, relatórios e análise.
- Planejamento estratégico: conceitos, tipos e metodologias.
- Planejar e organizar ações de venda.
- Plano de vendas: formas de acompanhamento e verificação das metas.
- Política de crédito: critérios da empresa e particularidade do ramo de atuação.
- Ponto de vendas: tipos, conceito de leiaute.
- Pós-venda: conceito e histórico.
- Princípios de abordagem comercial.
- Procedimentos de troca e devolução.
- Promoção de venda.
- Prospecção: definição e passos da prospecção.
- Relação entre crédito e cobrança.
- Segurança física do trabalhador: ergonomia, saúde física e mental, prevenção de riscos. NR 17 e NR 05. Riscos ocupacionais relacionados ao tipo de empresas que representa.
- Sistema operacional cliente, editor de textos e planilha eletrônica, apresentação eletrônica, internet, *e-mail* e outros recursos de TICs.
- *Stakeholders*: conceito e influências.
- Técnicas de vendas.
- Tipos de documentos.
- Tipos de venda: atacado e varejo.
- Tipos e características das modalidades de fretes, custos e responsabilidades da entrega.
- Tipos e técnicas de negociação com pequenos, médios e grandes clientes organizacionais.
- Relação com planejamento de produção.
- Administração do tempo.
- Finanças pessoais.

- Controle e giro de estoque, *First in, First out* (Fifo) – Primeiro que entra, primeiro que sai.
- Rotas de vendas e *softwares* específicos.
- Devolução de estoque.

Mudanças nos fatores tecnológicos e organizativos

- Uso intensivo de técnicas que atraiam o cliente e transmitam experiência positiva.
- *Home office*, finanças pessoais, gestão do tempo.

Infraestrutura para o desenvolvimento das funções

- Ambientes que propiciem melhor demonstração dos produtos, aplicativos, *softwares*, *coworking*.

Novas demandas do mundo do trabalho, que implicam incremento na formação profissional

- Utilização de estratégias sensoriais.

Considerações sobre a ocupação

O Representante Comercial atua de maneira autônoma, prioritariamente como pessoa jurídica, e é um intermediário entre a indústria, o atacado e o varejo. Suas atividades influenciam o planejamento de produção das indústrias. Apesar de não ter relação de subordinação direta, possui baixa autonomia na realização de suas atividades. Existe legislação própria que rege as relações entre representantes e representadas.

O nível de qualificação necessário pode variar entre 2 e 5, dependendo da área de atuação da empresa, por exemplo, em farmácias de manipulação, em função dos conhecimentos técnicos necessários, são contratados profissionais com nível 5.

Esse profissional pode atuar como representante de uma ou mais empresas e suas funções podem ser alteradas em decorrência do porte das companhias. Tem funções semelhantes às do Vendedor, porém na sua formação devem ser agregados aspectos relativos à gestão financeira (finanças pessoais, fluxo de caixa, impostos e tributos etc.), planejamento, administração do tempo, roteirização (rotas de vendas e entregas), entre outros. Aspectos comportamentais devem ser abordados em sua formação, em especial os relativos a organização, sigilo e disciplina, que impactam diretamente seu desempenho profissional.

Um ponto importante diz respeito às ações de *visual merchandising*, que não podem ser executadas por esse profissional, uma vez que podem caracterizar vínculo empregatício

com as empresas e gerar questões trabalhistas. Essas questões podem colaborar para que a profissão seja extinta a longo prazo.

Existe uma nova forma de atuação do representante comercial, denominada “*Broker*”, na qual o representante armazena produtos e se responsabiliza pelas entregas, aumentando seus ganhos, uma vez que passa a receber não somente pela venda, mas também pela entrega dos produtos.