DESARROLLO PROFESIONAL / EXPERIENCIA COMERCIAL

Cómo explicar tu experiencia comercial sin quedarte en “me gusta vender”

CV, ejemplos y entrevista.
Una guía para mostrar cómo trabajás.

Lectura completa + mapa de preparación + ficha de trabajo

Serie editorial Xpertise | Edición octubre 2026

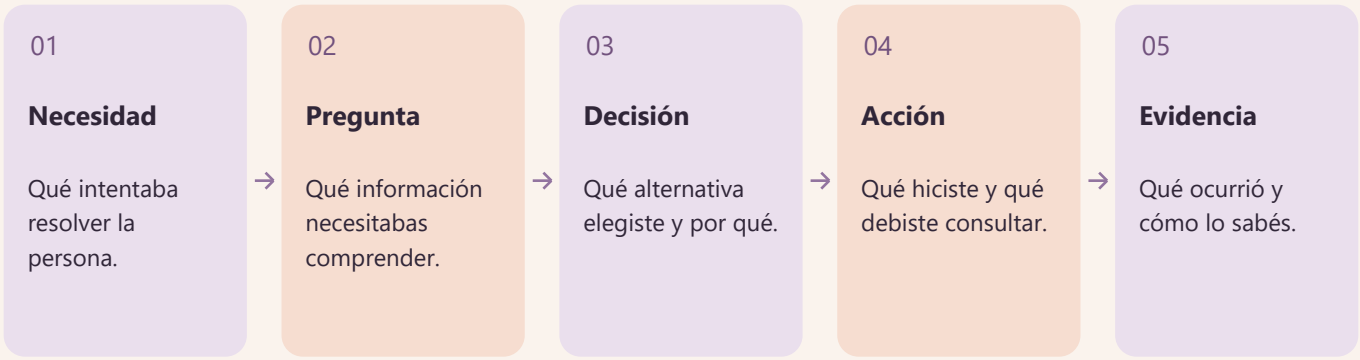
Bruno Barrionuevo · Xpertise

Documento de divulgación profesional. No es un estudio científico.

Antes de empezar

Decir que nos gusta vender puede expresar una motivación genuina. Pero todavía no permite comprender cómo trabajamos. ¿Qué hacemos cuando un cliente no sabe exactamente qué necesita? ¿Cómo explicamos una alternativa? ¿Qué sucede cuando desconocemos una respuesta, aparece un reclamo o una operación queda pendiente? La experiencia comercial se vuelve más clara cuando podemos mostrar esas decisiones. Esta guía propone preparar el CV y la entrevista desde situaciones reales, sin convertirnos en un personaje ni atribuirnos resultados que no podemos demostrar.

De la experiencia a una explicación clara



Un recorrido para explicar tu trabajo. No es un puntaje ni un método de evaluación validado.

Para preparar tus casos, seguí este recorrido sin completar los vacíos con suposiciones. Si algo no lo sabés o no podés comprobarlo, dejalo señalado.

No todos los puestos comerciales piden lo mismo

Antes de elegir qué contar, conviene entender la oportunidad. Atender consultas que llegan a un local, desarrollar una cartera, visitar empresas, preparar cotizaciones y coordinar una venta después del cierre son tareas diferentes. Un mismo título puede reunir algunas de ellas o todas. Si el aviso no alcanza para comprender el trabajo, anotá la duda para la entrevista; no completes la descripción con suposiciones.

Separá las responsabilidades del puesto y comparalas con lo que efectivamente hiciste. Quizás tengas experiencia en atención, pero no en prospección. Quizás hayas acompañado presupuestos sin tener autorización para definir precios. Esa precisión no debilita tu presentación: ayuda a comprender tu punto de partida. Después podrás explicar qué capacidades son transferibles y qué necesitarías aprender.

El CV necesita mostrar alcance, no acumular adjetivos

Expresiones como “perfil comercial”, “orientación al cliente” o “capacidad de negociación” pueden resumir una intención, pero necesitan contenido. ¿A qué tipo de consultas respondías? ¿Qué parte del proceso estaba a tu cargo? ¿Con qué herramientas registrabas la información? ¿Qué decisiones podías tomar y cuáles requerían aprobación? Elegí tareas y aportes que ayuden a comprender esas cuestiones.

En lugar de transformar cualquier contacto en una venta propia, distinguí tu intervención. Atender una consulta, relevar una necesidad, preparar una cotización y cerrar una operación no son lo mismo. Si mencionás un resultado, aclará qué parte te corresponde y qué evidencia lo respalda. No inventes porcentajes ni cifras para que la experiencia parezca más importante. Cuando no haya un dato confiable, describí el trabajo realizado y sus límites.

Prepará un caso que permita seguir tu razonamiento

Elegí una situación real y ordenala en cinco momentos: qué necesitaba la persona, qué información te faltaba, qué hiciste, por qué lo hiciste y qué ocurrió después. La entrevista puede profundizar cualquiera de esos puntos. Por eso es mejor comprender la experiencia que memorizar una respuesta perfecta. También conviene distinguir lo que observaste de lo que suponés que habría pasado.

El siguiente ejemplo es ficticio y no representa a un postulante, cliente o empresa real. Una persona consulta por una alternativa económica. Quien la atiende pregunta para qué la necesita, qué condiciones debe cumplir y qué plazo tiene. Después explica dos opciones pertinentes y verifica si se entendieron sus diferencias. Para convertir esa situación en un caso de entrevista no alcanza con afirmar “le vendí la mejor opción”: habría que explicar las preguntas, el criterio utilizado, la decisión del cliente y el resultado que realmente se conoce.

Escuchar no es esperar el momento de ofrecer

La preparación comercial puede empezar por una habilidad que suele quedar escondida detrás del producto: hacer buenas preguntas. ¿Qué intenta resolver el cliente? ¿Qué condiciones son indispensables? ¿Qué probó antes? ¿Qué información necesita para decidir? No todas las preguntas corresponden en todas las situaciones. El criterio está en elegir las que ayudan a comprender, sin transformar la conversación en un interrogatorio.

Antes de recomendar, resumir lo entendido permite comprobar si estamos trabajando sobre la necesidad correcta. En una entrevista, prepará un ejemplo donde una pregunta haya cambiado tu primera interpretación. Si no tenés una experiencia así, podés practicar una simulación y presentarla como práctica, nunca como una venta real. Lo que interesa explicar es cómo evitás responder demasiado rápido a un problema que todavía no comprendiste.

Explicar alternativas también exige criterio

Una recomendación puede ser técnicamente correcta y resultar incomprensible para quien la recibe. Conviene poder explicar por qué una alternativa responde a la necesidad, en qué se diferencia de otra y qué condiciones o límites deben tenerse en cuenta. No se trata de mostrar todo lo que sabés, sino de ofrecer información suficiente para una decisión informada.

Para preparar esta capacidad, elegí un producto o servicio que conozcas de verdad e intentá explicar dos alternativas sin descalificar una para hacer parecer superior a la otra. Si corresponde proponer un complemento, explicá qué necesidad cubre; sumar elementos sin relación con el pedido no demuestra asesoramiento. Cuando te pregunten por objeciones de precio, contá cómo verificaste qué preocupaba al cliente y qué opciones estabas autorizado a ofrecer, no una supuesta frase que siempre funciona.

Saber cuándo consultar es parte del trabajo

En una entrevista puede aparecer una pregunta que no sabés responder. También sucede frente a un cliente. Inventar una explicación para no mostrar una duda puede comprometer a otra persona y a la organización. Es distinto reconocer que necesitás verificar un dato y explicar dónde lo consultarías, quién puede validarlo y cómo retomarías la conversación.

Prepará una experiencia en la que hayas reconocido un límite y buscado información confiable. Puede ser una condición comercial, una especificación, una disponibilidad o una autorización. Mostrá cómo evitaste prometer algo antes de comprobarlo. Si nunca trabajaste con un producto o sistema, no conviertas una lectura o un curso en experiencia de uso autónomo. Podés explicar qué aprendiste y qué práctica supervisada todavía necesitarías.

Un reclamo muestra cómo trabajás cuando la conversación se complica

No hace falta elegir un caso espectacular. Una diferencia entre lo solicitado y lo entregado, una demora o una condición mal comprendida pueden permitir explicar cómo reunís información y coordinás una respuesta. Conviene distinguir escuchar el malestar, comprobar qué ocurrió y decidir qué corresponde hacer. Ninguno de esos pasos exige culpar al cliente o a un compañero para defenderse.

Al relatar el caso, aclarar tu nivel de autorización es importante. ¿Podías resolverlo directamente? ¿Debías consultar una devolución, un cambio o una condición especial? ¿Qué registraste y cómo informaste el próximo paso? No presentes como iniciativa propia una promesa que estaba fuera de tus atribuciones. Tampoco asegures que el cliente quedó satisfecho si lo único que sabés es que dejó de escribir. Un buen relato reconoce qué se resolvió y qué resultado no pudo comprobarse.

El seguimiento necesita un próximo paso, no insistencia sin propósito

Una consulta puede quedar abierta por razones diferentes: falta información, hay que confirmar una condición, interviene otra persona o todavía no existe una decisión. Hacer seguimiento requiere saber qué está pendiente y qué contacto fue acordado. Repetir mensajes sin atender esas diferencias no permite explicar una estrategia comercial.

Para la entrevista, prepará un ejemplo de cómo organizabas oportunidades o compromisos. Puede ser un registro sencillo, siempre que puedas explicar qué información conservabas, cómo distinguías prioridades y qué hacías cuando aparecía una demora. Mostrá un ejercicio ficticio si querés ilustrar la organización. No compartas bases de clientes, precios internos, conversaciones ni documentos de antiguos empleadores sin autorización.

Prepará preguntas para entender cómo se vende en esa organización

La entrevista también debería ayudarte a conocer el trabajo. Podés preguntar de dónde surgen las oportunidades, qué espera la empresa durante la incorporación, cómo se distribuyen atención y seguimiento, con qué información se evalúa el desempeño y quién autoriza condiciones excepcionales. Elegí las preguntas que todavía no hayan sido respondidas, según el momento del proceso.

Esas respuestas permiten revisar si tu experiencia coincide con la necesidad y qué aprendizaje hará falta. No todo se resuelve con motivación individual: también importan las prioridades, la formación, las herramientas y los límites del puesto. Explicar qué necesitás para trabajar bien no es lo mismo que pedir que el rol se adapte completamente a vos. Es parte de una conversación honesta sobre la oportunidad.

Una preparación breve para llevar a la práctica

Elegí tres situaciones: una en la que comprendiste una necesidad, otra en la que tuviste que verificar o consultar algo y una tercera relacionada con un reclamo o un seguimiento. Para cada una, registrá el contexto, tu responsabilidad, la pregunta o decisión que hizo la diferencia y el resultado conocido. Si no tenés experiencia laboral suficiente, usá prácticas o simulaciones y señalá con claridad su origen.

Revisá después cómo esas situaciones se conectan con el puesto y con tu CV. ¿Podés sostener cada afirmación? ¿Diferenciás tu intervención de la del equipo? ¿Reconocés qué no sabías y cómo actuaste? ¿Hay información confidencial que deberías retirar? La ficha que acompaña esta guía sirve para ordenar ese trabajo. No es una evaluación validada ni un puntaje para comparar personas.

Para cerrar

La experiencia comercial no se explica solamente diciendo cuánto nos gusta vender ni cuán cómodos nos sentimos hablando. También aparece en las preguntas que hacemos, las alternativas que sabemos explicar, los límites que reconocemos y los compromisos que sostenemos. Prepararse para una entrevista consiste en volver visible esa manera de trabajar, con ejemplos verdaderos y sin exagerar el alcance propio. Quizás la mejor pregunta para empezar no sea "¿cómo puedo sonar más vendedor?", sino "¿qué experiencia permite comprender cómo ayudo a una persona a decidir?".

Una pregunta para revisar tu CV

Si retiraras los adjetivos sobre tu perfil, ¿quedarían ejemplos suficientes para comprender qué sabés hacer y cómo trabajás?

Criterio editorial y uso de esta guía

Documento editorial de Xpertise, adaptado de materiales propios de capacitación y preparación profesional. Los ejemplos expresamente indicados son ficticios; no corresponden a clientes, postulantes ni resultados reales.

Las secuencias y fichas son apoyos para pensar y practicar, no instrumentos de evaluación validados. La guía no garantiza contratación, no reemplaza la evaluación de cada oportunidad y no ofrece recomendaciones técnicas sobre productos.

Una ficha para tu próxima entrevista

Elegí una situación real de tu experiencia. Si trabajás con una simulación, marcala como tal. Completá esta hoja de forma privada, sin información de clientes o empleadores que no estés autorizado a compartir.

Puesto y responsabilidad comercial que quiero mostrar

Necesidad y pregunta que permitió comprenderla

Mi decisión y acción: qué hice y por qué

Límite o consulta: qué no podía decidir o no sabía

Resultado comprobable, aprendizaje y próximo paso

Antes de usarla: ¿se distingue mi aporte del resultado del equipo? ¿Puedo explicar cada afirmación? ¿Retiré datos confidenciales?

Más lecturas y recursos en xpertise.com.ar/foro/