

DIRECTORES COMERCIALES, EN GENERAL

1. MISIÓN Y FUNCIONES

MISIÓN Los directores comerciales son responsables de la generación de ingresos para el área comercial de la empresa. Llevan a cabo diversas tareas comerciales, como establecer objetivos, supervisar el desarrollo de productos, planificar y desarrollar campañas de venta, administrar agentes comerciales y determinar los precios de los productos.

FUNCIONES

Establecer estrategias y objetivos de venta.	Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos relativos a las actividades de ventas y comercialización.
Supervisar el desarrollo de productos o servicios, contribuyendo a la incorporación de nuevos productos o servicios.	Dirigir y gestionar el personal de ventas y comercialización.
Planificar y organizar programas de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado.	
Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.	

2. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS TÉCNICO PROFESIONALES

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES

TRANSECTORIAL

Alinear todos los esfuerzos encaminados al desarrollo de la empresa
 Crear una red profesional
 Elaborar estrategias de comercialización
 Establecer relaciones comerciales
 Gestionar los contratos

Incorporar productos nuevos en la cadena de fabricación
 Utilizar la analítica con fines comerciales

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

Gestionar los canales de ventas

ESPECÍFICAS DE LA OCUPACIÓN

Gestionar equipos de ventas

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

TRANSECTORIAL

Analizar las tendencias en los hábitos de consumo
 Capacitar a empleados
 Contratar personal
 Cumplir los objetivos de ventas
 Gestionar los procesos de licitación
 Gestionar los recursos humanos

Organizar reuniones
 Preparar métodos del precio de coste incrementado
 Realizar estudios de mercado
 Utilizar modelos comerciales teóricos

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

Comunicarse con el departamento de atención al cliente
 Realizar un discurso de venta

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Derecho mercantil
 Comprensión del producto
 Gestión de la relación con los clientes

Gestión de proyectos
 Gestión de riesgos

CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

Estrategia de precios
 Precio del mercado

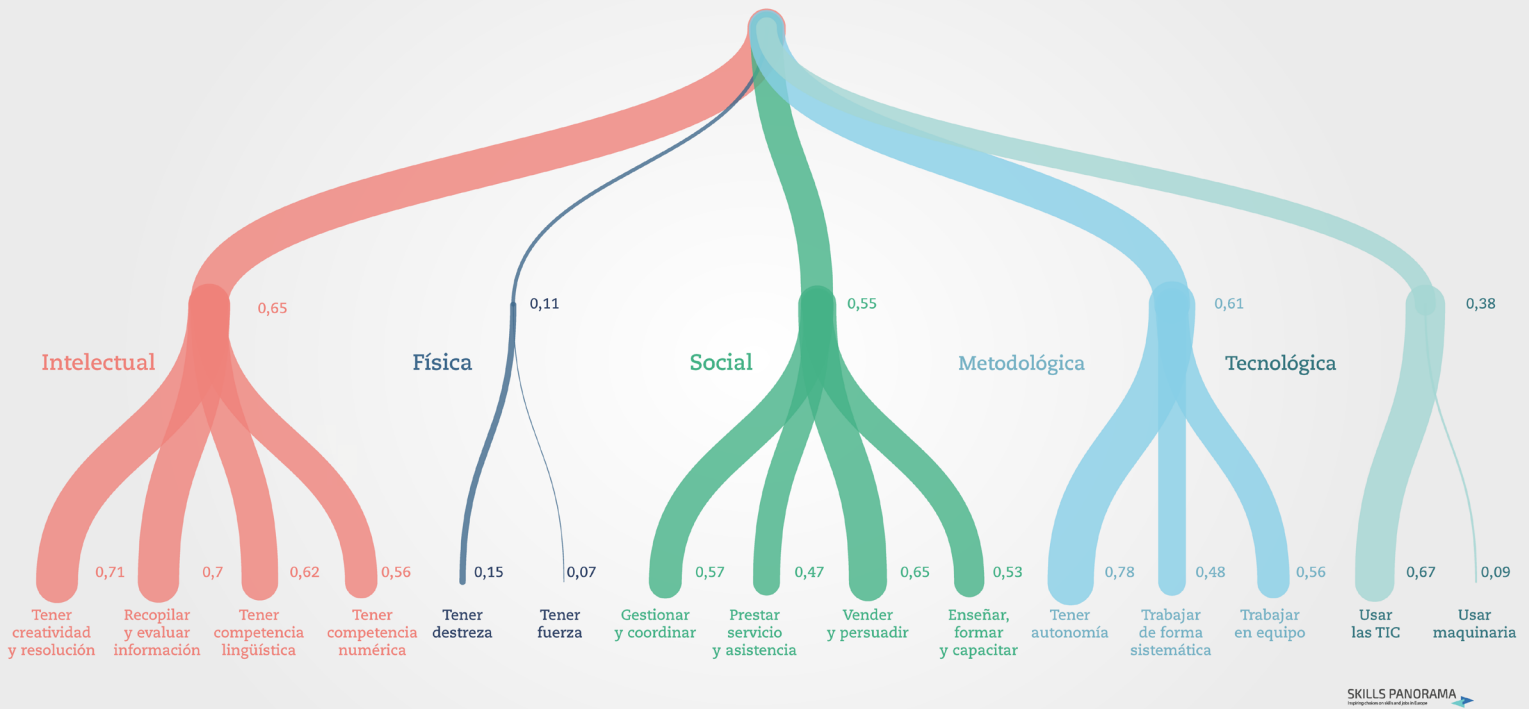
Servicio al cliente
 Sistemas de comercio electrónico

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

[Eurofound](#) indica en una escala de 0-1 la importancia de las competencias transversales para el grupo ocupacional de “directores y gerentes de empresa”.

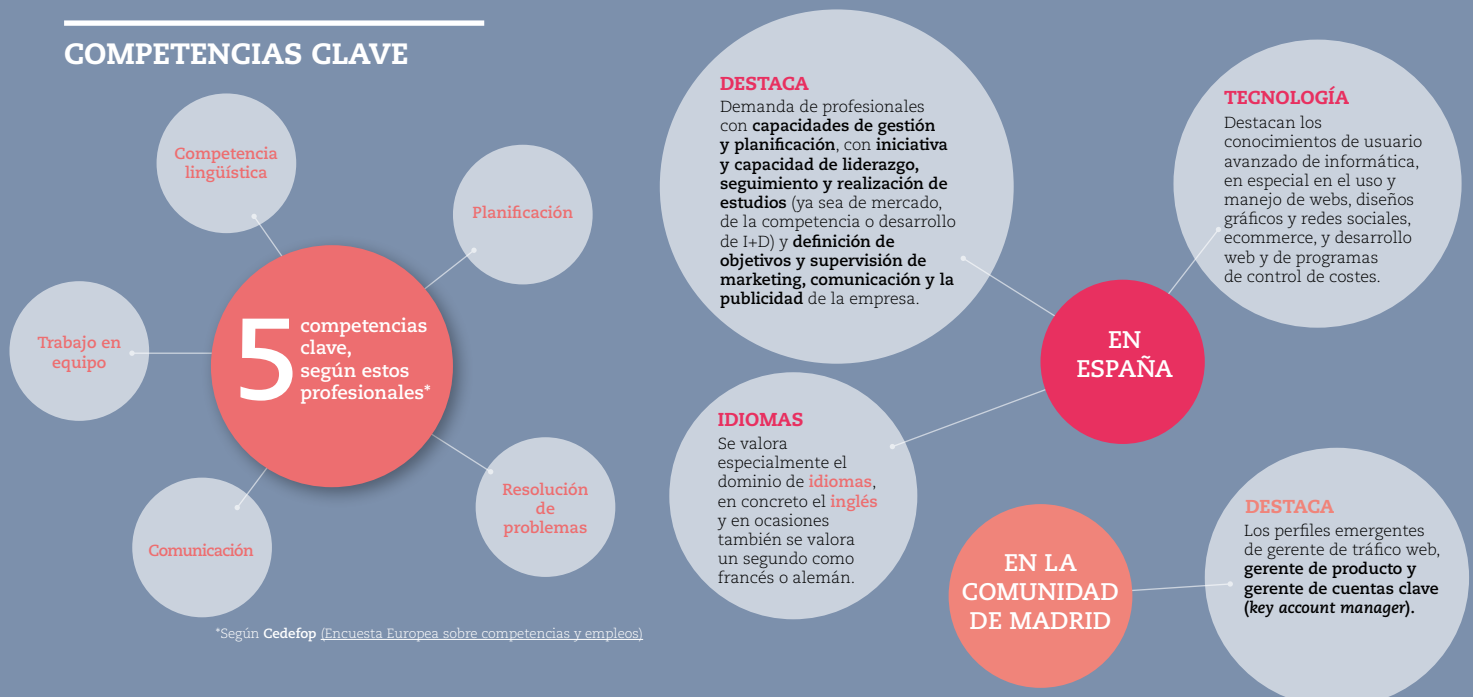
Destacan las competencias **metodológicas e intelectuales**.

Las competencias más importantes son: **tener autonomía, tener creatividad y resolución, recopilar y evaluar información, usar las TICs, vender y persuadir y tener competencia lingüística**.



SKILLS PANORAMA

COMPETENCIAS CLAVE



3. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL



CUALIFICACIÓN



FORMACIÓN PARA EL EMPLEO



FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA



FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Licenciatura/Grado en Administración y Dirección de empresas
Grado en Comercio / Marketing / Publicidad



OTRA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Como formación complementaria requerida es muy común que se pida:

- Estudios en Marketing y temas comerciales
- Licenciaturas en Publicidad, Periodismo y Comunicación audiovisual

- Profesionales del área tecnológica: Business intelligence, Análisis, Reporting, Cuadros de Mando y Data management



PROFESIÓN REGULADA: NO

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

FORMACIÓN

Se requiere como mínimo una titulación universitaria.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

La experiencia requerida suele ser entre 3 y 5 años en comercio y marketing. Se suele requerir experiencia en el sector.

4. CONDICIONES DE TRABAJO



RELACIÓN LABORAL

Predomina la contratación indefinida.



JORNADA LABORAL

Predomina la jornada completa, solicitándose disponibilidad horaria y flexibilidad.



RETRIBUCIÓN

A partir de 30.000€ en PYMES, 50.000 en empresas de mayor tamaño. Es muy diversa, dependiendo de la experiencia, del tamaño y facturación de la empresa y del sector. Una parte de la retribución suele ser variable.

Según la Encuesta de estructura salarial 2014, el salario medio del grupo ocupacional 12 (Directores de departamentos administrativos y comerciales) en el Estado Español es 52.900 euros, oscilando entre 26.100 euros (percentil 10) y 79.300 (percentil 90).



UBICACIÓN ORGANIZATIVA Y PROMOCIÓN

Este profesional se ubica en el departamento de marketing como director. Colabora con otros directores de departamento y reporta al director general. En pequeñas empresas, las funciones de comercialización y marketing suelen ir unidas.

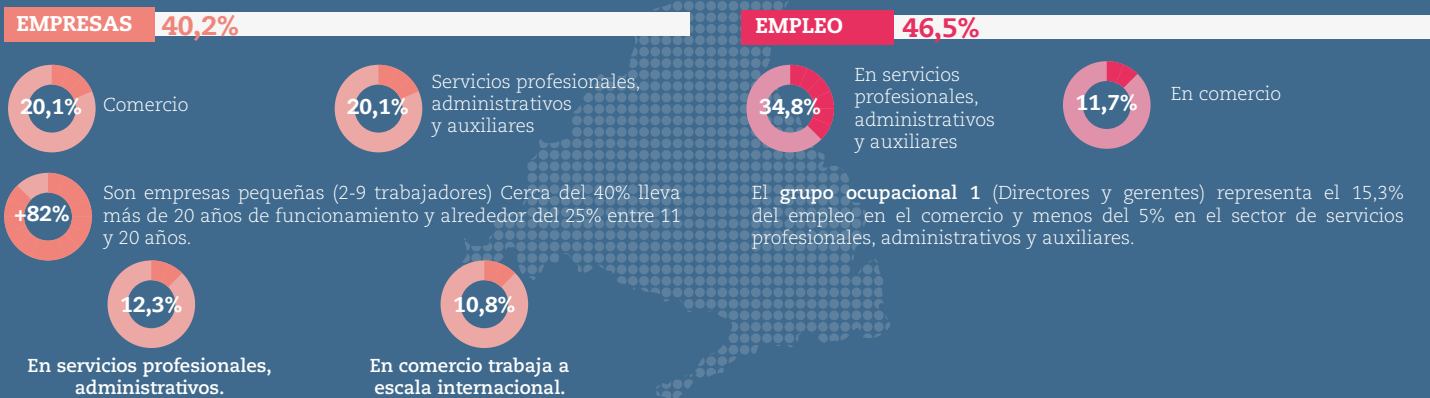
La vía de promoción más común está vinculada con el incremento del volumen de ventas y la ampliación del área comercial de la empresa. Puede acceder a posiciones más elevadas de CFO (Chief Financial Officer).

5. CONTEXTO

INFORMACIÓN SECTORIAL



El ámbito de comercio y marketing tiene un gran peso en la estructura empresarial de la Comunidad de Madrid:



MERCADO DE TRABAJO

El **grupo ocupacional 1** (Directores y gerentes) cuenta con **144.800 trabajadores** en la Comunidad de Madrid en 2018 (EPA). El 40% son mujeres. La ocupación en este grupo sigue una **tendencia negativa desde 2014**.

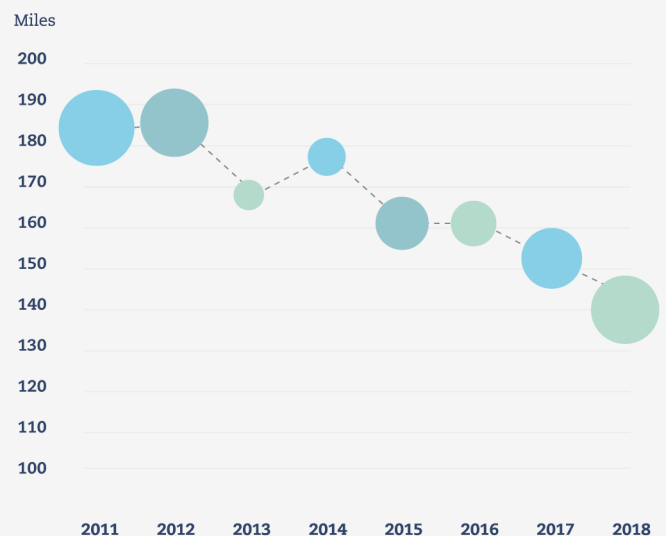
En 2018 **144.800 personas trabajadoras · 40% mujeres**



La **ocupación 1221** (Directores comerciales y de ventas) representa el 0,9% de los trabajadores de la Comunidad de Madrid en 2017 (Encuesta de Estructura Empresarial 2017). Ha ganado peso desde 2015, cuando abarcaba el 0,7%.

El perfil de la persona contratada es hombre entre 30 y 54 años con estudios universitarios. Una persona de cada diez tiene nacionalidad extranjera.

Los datos actualizados sobre demandantes de empleo, paro y contratación se pueden consultar [aquí](#).



Fuente: EPA | Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid

PERSPECTIVAS DE FUTURO

A medio plazo las tendencias de futuro del sector son:



En términos de **ocupación**, las tendencias más relevantes para el desarrollo de las funciones y competencias de este profesional son la apuesta por el aprovechamiento de Big Data (que va acompañado de **mayores necesidades de**

análisis y gestión de datos para conocer los hábitos de clientes), y la potenciación del marketing y comunicación digital (que conlleva un **mayor conocimiento en posicionamiento web y uso de redes sociales**).

PERSPECTIVAS DE EMPLEO DE LA OCUPACIÓN

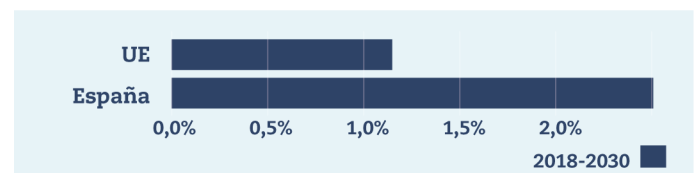
Cedefop realiza proyecciones cuantitativas de las tendencias futuras del empleo hasta 2030.

La proyección del grupo ocupacional “**directores y gerentes administrativos y comerciales**” muestra un incremento de empleo del 2,4%, claramente mayor al de la Unión Europea (en torno al 1,1%).

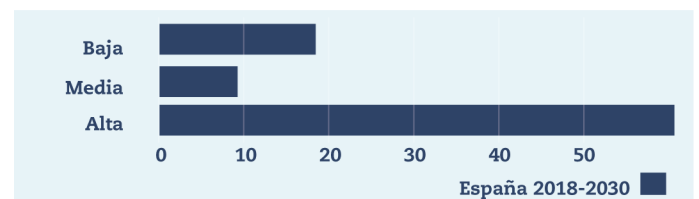
Se prevé una **creación de alrededor de 80.000 empleos**. La creación de empleo beneficiará a personas con nivel de cualificación alto.

Además, se estima que en este período se **reemplazarán 140.000 trabajadores** por jubilación u otros motivos.

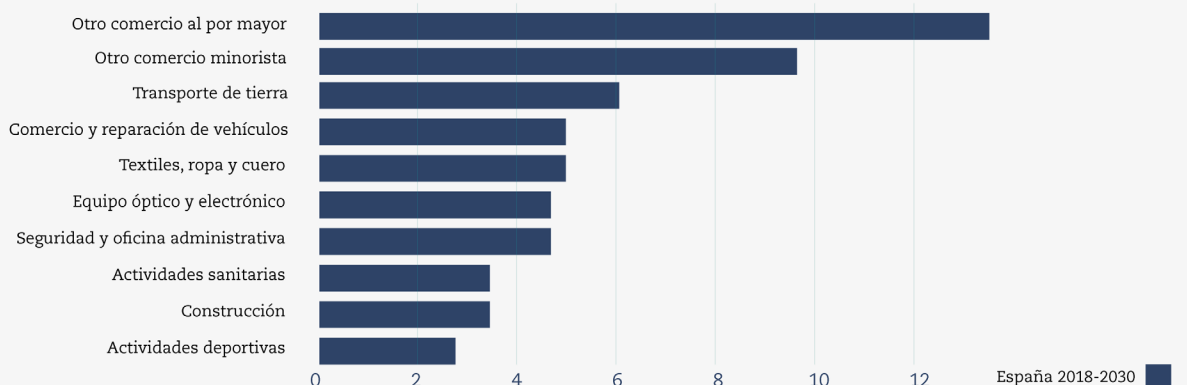
Los sectores donde se prevé un mayor crecimiento del empleo (en números absolutos) serán el **comercio al por mayor y al por menor**, entre otros.



Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (%)
Ocupación: Directores y gerentes administrativos y comerciales. Período: 2018 - 2030



Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (miles) por nivel de cualificación.
Ocupación: Directores y gerentes administrativos y comerciales. Período: 2018 - 2030



TENDENCIAS DE CAMBIO EN LAS COMPETENCIAS DE LA OCUPACIÓN



Se prevé que los directores comerciales experimenten **cambios relevantes en las competencias** requeridas en los próximos años.

Los avances tecnológicos cambiarán los perfiles de cualificación de estos directivos, especialmente debido al importante papel en la recogida, análisis y uso de datos (“Big Data”) en sus organizaciones. En este sentido, los perfiles van adquiriendo **funciones más analíticas**, ya no será suficiente con tener empatía y ser relacional, además ha de ser capaz de analizar los datos del cliente para aportar soluciones atractivas a su negocio. Por lo que se precisará entender un conjunto de nuevas tecnologías, elegir las que mejor se adapten a sus necesidades y desplegarlas dentro de contextos organizacionales y/o departamentales especí-

ficos.

La creciente globalización del comercio en un entorno empresarial en constante cambio pone de relieve la necesidad de competencias tales como **la capacidad de anticipar e implementar el cambio, la agilidad y los conocimientos de idiomas**. La exposición a los mercados extranjeros también requiere un profundo **conocimiento y cumplimiento de las regulaciones** extranjeras, así como un conocimiento de los consumidores extranjeros.

El crecimiento del marketing digital ha creado nuevas demandas de habilidades en áreas como la **optimización de los medios sociales, el análisis y el retorno de la inversión, y la gestión de clientes en los mercados internacionales**.

6. IDENTIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN

OCUPACIÓN

Directores comerciales, en general

CÓDIGO SISPE

12211014

SECTOR

Administración y oficinas

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing

CNAE

Está presente en todos los sectores productivos

OCUPACIONES SISPE AFINES

12211023 Directores de departamento de comercialización y ventas, en general

12211032 Directores de departamento de marketing
12211041 Directores de departamento de telemarketing

OTRAS OCUPACIONES AFINES

CNO-11

1221 Directores comerciales y de ventas

CIUO-08

1221 Directores de ventas y comercialización

OCUPACIONES ESCO AFINES

Correspondencia exacta

Director/a comercial