DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS, EN GENERAL

1. MISIÓN Y FUNCIONES

MISIÓN Los directores de comercialización y ventas desarrollan las estrategias y objetivos de ventas de la empresa. Administran equipos de ventas, asignan recursos de ventas según los planes, priorizan y dan seguimiento a los clientes más relevantes, desarrollan argumentos de ventas y los ajustan con el tiempo, y mantienen una plataforma de ventas para rastrear todos los clientes potenciales.

FUNCIONES

- Desarrollar la estrategia de ventas de una empresa, incluyendo objetivos y argumentos de venta.
- Asignar y administrar los recursos de ventas según la estrategia de ventas de la empresa.
- Priorizar y dar seguimiento a los clientes más relevantes.
- Dirigir y gestionar el personal de ventas y comercialización.

2. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS TÉCNICO PROFESIONALES

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES

TRANSECTORIAL

- Alinear todos los esfuerzos encaminados al desarrollo de la empresa
- Analizar informes escritos relacionados con el trabajo
- Analizar las tendencias en los hábitos de consumo
- Analizar los cuestionarios de servicio al cliente
- Analizar los factores externos a una empresa
- Analizar los factores internos de una empresa
- Coordinar actividades de planificación comercial
- Crear un presupuesto anual de marketing
- Crear una red profesional
- Definir objetivos comerciales cuantificables
- Estudiar el nivel de ventas de los productos
- Evaluar el contenido de los materiales comerciales
- Gestionar la rentabilidad
- Gestionar los recursos humanos
- Identificar mercados potenciales para las empresas
- Integrar la base estratégica en la práctica cotidiana
- Integrar la estrategia comercial en la estrategia global
- Motivar a los trabajadores
- Planificar una campaña de publicidad
- Planificar una estrategia de comercialización
- Preparar datos visuales
- Preparar informes sobre asuntos de trabajo
- Realizar estudios de mercado
- Supervisar los principales indicadores de rendimiento
- Tomar decisiones empresariales estratégicas
- Transmitir los planes de la empresa a los empleados y gestores

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

- Aplicar estrategias de ventas
- Establecer objetivos de ventas
- Preparar informes de ventas
- Realizar análisis de ventas
- Supervisar las actividades de venta

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

TRANSECTORIAL

- Analizar estrategias de gestión de la cadena de suministro
- Calcular rentabilidad
- Colaborar en la elaboración de estrategias comerciales
- Comunicarse con los clientes
- Comunicarse con los jefes y directivos
- Contratar trabajadores para la empresa
- Definir zonas geográficas para las ventas
- Enseñar principios de mercadotecnia
- Gestionar las cuentas

Gestionar los canales de distribución
Integrar las normas de la sede central en las operaciones locales
Investigar quejas de clientes
Presentar argumentos de forma persuasiva
Prever el nivel de ventas durante un periodo de tiempo determinado

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

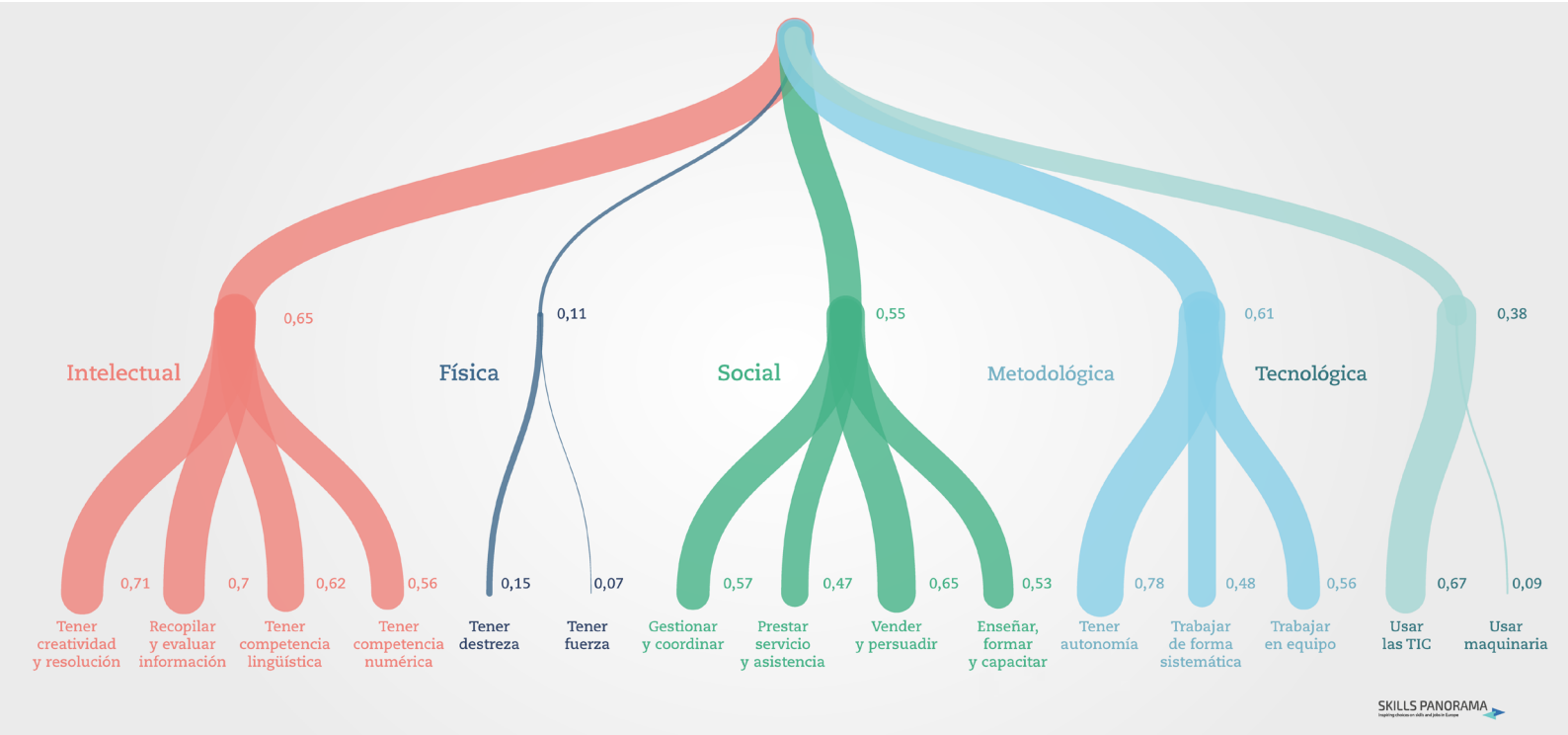
Combinación de mercadotecnia
Estrategia de marketing de contenidos
Estrategia de precios
Estrategias de venta
Precio del mercado
Procedimientos del departamento de ventas
Responsabilidad social de las empresas
Técnicas de marketing de una marca
Técnicas de venta

CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

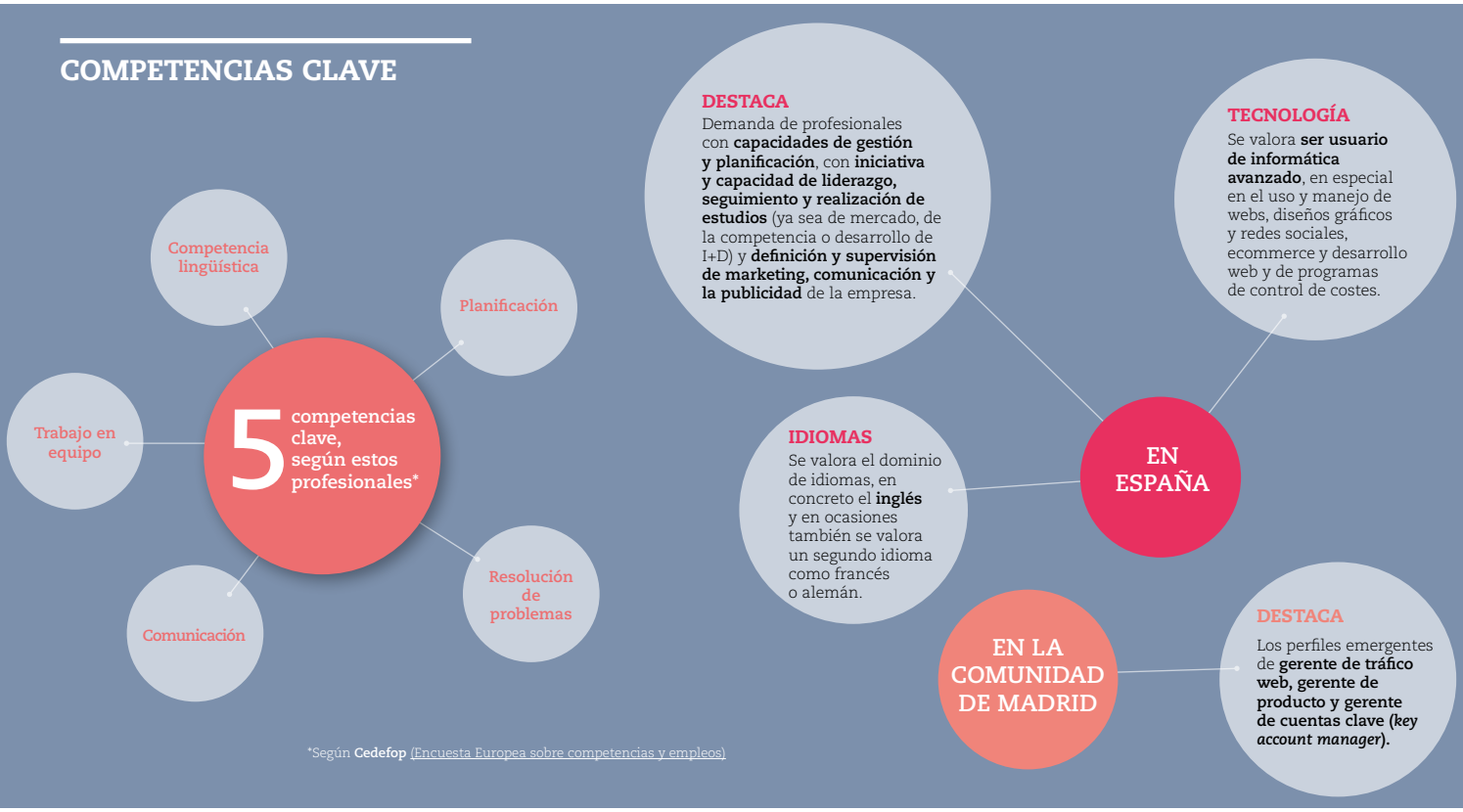
Estadística
Estudios de mercado
Relaciones públicas
Segmentación de la clientela

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**.



COMPETENCIAS CLAVE



*Según **Cedefop** (Encuesta Europea sobre competencias y empleos)

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 de más de 2 años en el sector de comercio y marketing.

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. 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 comercial, en función del tamaño y estructura de la empresa como alto cargo bajo la dirección del director comercial o como director. Reporta al director general o al director comercial. La vía de promoción más común está vinculada a la asunción de funciones de mayor responsabilidad, como director de comercialización y/o marketing.

5. CONTEXTO

INFORMACIÓN SECTORIAL

AMPLIA TRANSVERSALIDAD
Participa en todos los sectores productivos y en todo tipo de empresas en el ámbito del comercio y marketing.

ECONOMÍA DIGITAL
Adaptación de las estrategias comerciales a las nuevas demandas.

PROCESAMIENTO DE DATOS
Aportados por los clientes que interactúan en la red
Se hace necesario el uso de la tecnología y la minería de datos.

DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS, EN GENERAL
Sector profesional: Administración y oficinas

NUEVAS EMPRESAS ESPECIALIZADAS E IMPORTANTES OPORTUNIDADES DE EMPLEO
Debido a los nuevos formatos de consumo: contenidos vinculados a la marca, omni-canalidad, marketing en dispositivos móviles y comportamiento del consumidor.

REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO WEB
Principales herramientas para marketing digital
Expertos en SEO y SEM muy demandados.

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

EMPRESAS 40,2%

+86% Son empresas pequeñas (2-9 trabajadores) Cerca del 40% lleva más de 20 años de funcionamiento y alrededor del 25% entre 11 y 20 años.

20,1% Comercio

El 10,8% trabaja a escala internacional. El 28,1% de las empresas trabaja a escala nacional y el 43,3% a escala local.

20,1% Servicios profesionales, administrativos y auxiliares

Un 12,3% trabaja a escala internacional. El 32,1% trabaja a escala nacional y el 37,4% a escala local.

EMPLEO 46,5%

34,8% En servicios profesionales, administrativos y auxiliares

11,7% En comercio

El **grupo ocupacional 1** (Directores y gerentes) representa el 15,3% del empleo en el comercio y menos del 5% en el sector de servicios profesionales, administrativos y auxiliares.

MERCADO DE TRABAJO

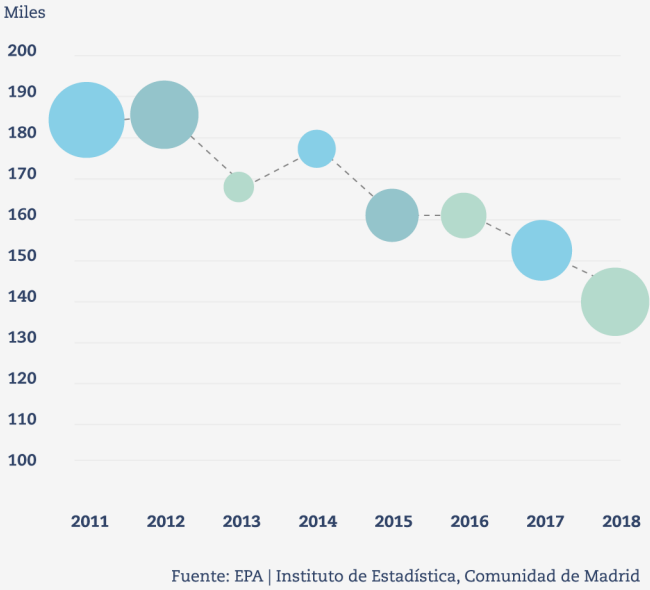
El **grupo ocupacional 1** (Directores y gerentes) cuenta con **144.800 trabajadores** en la Comunidad de Madrid en 2018 (EPA). El 40% son mujeres. La ocupación en este grupo sigue una **tendencia negativa desde 2014.**

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

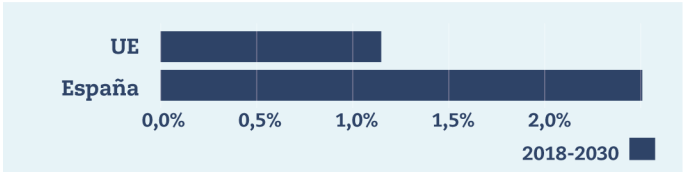
Cedefop realiza proyecciones cuantitativas de las tendencias futuras del empleo hasta 2030.

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%).

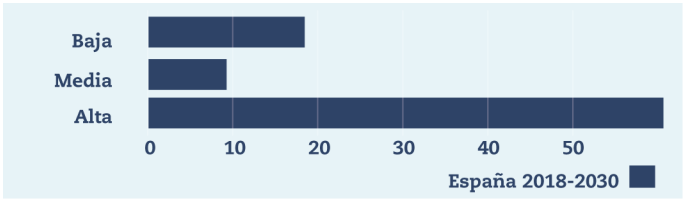
Se prevé una **creación de alrededor de 80.000 empleos**. La creación de empleo beneficiará a personas con nivel de cualificación alto.

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

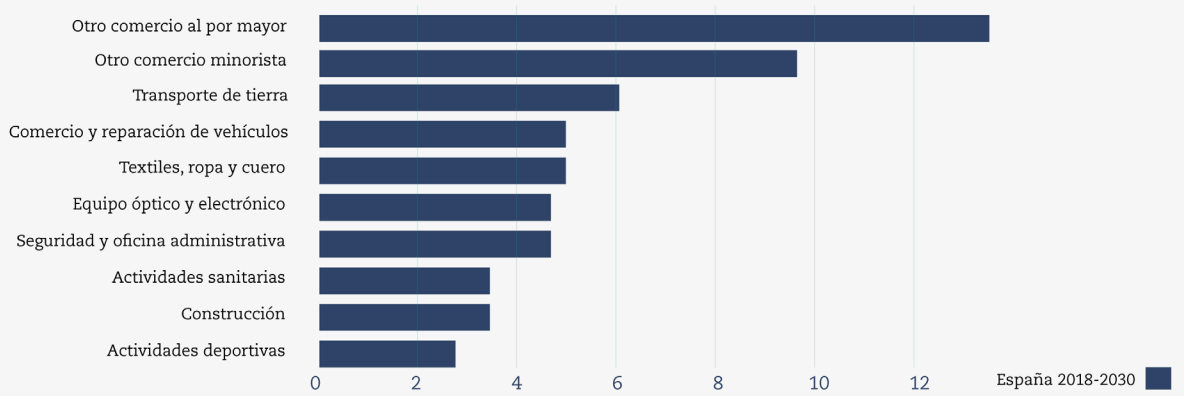
Los sectores donde se prevé un mayor crecimiento del empleo (en números absolutos) serán el **comercio al por mayor y al por menor**, entre otros.



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



Fuente: Cedefop. Los 10 sectores con mayor crecimiento del empleo en números absolutos (miles) en España. Ocupación: Directores y gerentes administrativos y comerciales. Período: 2018 - 2030

TENDENCIAS DE CAMBIO EN LAS COMPETENCIAS DE LA OCUPACIÓN

Se prevé que los directores de departamento de comercialización y ventas experimenten **cambios relevantes en las competencias** requeridas en los próximos años.
Los avances tecnológicos cambiaran 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 específicos.

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	CÓDIGO SISPE
Directores de departamento de comercialización y ventas, en general	12211023

SECTOR	FAMILIA PROFESIONAL
Administración y oficinas	Comercio y marketing

CNAE

Está presente en todos los sectores productivos

OCUPACIONES SISPE AFINES

12211014 Directores comerciales, en general
12211032 Directores de departamento de marketing
12211041 Directores de departamento de telemarketing

OTRAS OCUPACIONES AFINES

CNO-11	CIUO-08
1221 Directores comerciales y de ventas	1221 Directores de ventas y comercialización

OCUPACIONES ESCO AFINES

Correspondencia exacta	Director/a de ventas