

# Estudio Sectorial de Comercio Exterior



Dirección General de Empleo  
CONSEJERÍA DE EMPLEO, MUJER  
E INMIGRACIÓN

**Comunidad de Madrid**

Informe ejecutivo

30 de mayo de 2011

# Estudio de las necesidades de cualificación en el sector de comercio exterior

## Informe ejecutivo



Esta versión digital forma parte de la Biblioteca Virtual de la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma

[www.madrid.org/culpubli](http://www.madrid.org/culpubli)  
[culpubli@madrid.org](mailto:culpubli@madrid.org)



<b>1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. METODOLOGÍA.....</b>	<b>7</b>
<b>II. ACTIVIDAD PRODUCTIVA .....</b>	<b>13</b>
<b>2. CONTEXTO GENERAL DE LA ECONOMÍA Y DE LA ACTIVIDAD .....</b>	<b>14</b>
<b>3. PROCESOS PRODUCTIVOS DEL SECTOR .....</b>	<b>18</b>
<b>4. MODELO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA TIPO .....</b>	<b>35</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>38</b>
<b>III. CONFIGURACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, NACIONAL Y DE LA COMUNIDAD DE MADRID .....</b>	<b>41</b>
<b>5. SITUACIÓN Y EMPLEO EN EL SECTOR DE ACTIVIDAD .....</b>	<b>42</b>
<b>6. CONFIGURACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR .....</b>	<b>44</b>
<b>7.- LAS OCUPACIONES Y PERFILES PROFESIONALES EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS .....</b>	<b>49</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>55</b>
<b>IV. SISTEMA NACIONAL DE CUALIFICACIONES Y FORMACIÓN PROFESIONAL.....</b>	<b>57</b>
<b>8. CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIÓN PROFESIONALES (CNCP) .....</b>	<b>58</b>
<b>9.- SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL.....</b>	<b>60</b>
<b>10.- CUALIFICACIONES PROFESIONALES, CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD Y TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL.....</b>	<b>65</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>69</b>
<b>V. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA EN LA COMUNIDAD DE MADRID..</b>	<b>70</b>
<b>11. OFERTA FORMATIVA PÚBLICA EN LA COMUNIDAD DE MADRID .....</b>	<b>72</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>75</b>
<b>VI. PROPUESTAS Y ORIENTACIONES AL CATÁLOGO NACIONAL DE LAS CUALIFICACIONES PROFESIONALES Y LA FORMACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID .....</b>	<b>77</b>
<b>12.- APORTACIONES A LAS CUALIFICACIONES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES</b>	<b>78</b>
<b>13. APORTACIONES AL CATÁLOGO DE ESPECIALIDADES FORMATIVAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....</b>	<b>81</b>
<b>14.- ITINERARIOS FORMATIVOS PROPUESTOS.....</b>	<b>87</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>105</b>
<b>VII. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO .....</b>	<b>107</b>
<b>ANEXO I: RESUMEN FICHAS TÉCNICAS DEL PERFIL PROFESIONAL .....</b>	<b>123</b>



# I. PRESENTACIÓN

[Índice](#)

En este documento se presentan los resultados obtenidos del estudio **del sector del comercio exterior en la Comunidad de Madrid**, que ha consistido en un **análisis de la situación actual y una prospectiva del sector**, tanto del tejido empresarial y de sus actividades productivas, como de los perfiles profesionales presentes y futuros.

La información plasmada en el informe ha sido obtenida a partir de una compleja labor de recogida de **información primaria y secundaria**, y del **riguroso análisis de la misma** llevado a cabo por parte de la empresa adjudicataria del estudio, Telecyl Investigación Sociológica y de Mercados.

Telecyl agradece la **colaboración de los expertos** que han participado, con sus valiosas aportaciones, en las distintas fases del estudio, en especial en el desarrollo de las técnicas cualitativas, entrevistas en profundidad y grupo de discusión, así como la **enriquecedora contribución de Consuelo Costero**, que ha ejercido las funciones de Directora Técnica por parte de la Consejería de Empleo, Mujer e Inmigración de la Comunidad de Madrid.

La elaboración de este estudio viene a completar el análisis sectorial del comercio iniciado en 2010, con el abordaje del sector del comercio en la Comunidad de Madrid. El estudio anterior permitió elaborar itinerarios personalizados de inserción, dentro de la actividad de comercio así como localizar actividades generadoras de empleo, a las que pueden acceder los trabajadores mediante la realización de acciones formativas de oferta, que faciliten la reconversión o actualización de su cualificación.

El actual estudio ha cumplido con los siguientes criterios:

- El alcance de **contextualizar y analizar el sector del comercio exterior**, ante la situación de recesión que está sufriendo actualmente la economía, y que origina pérdida de empleo.
- La **necesidad de definir los procesos de prestación de servicios**, con el objeto de situar y describir las **ocupaciones** relacionadas con cada fase de la producción.
- El interés de analizar **el mercado de trabajo del sector del comercio**, cuantificándolo y describiendo el perfil de las personas ocupadas y desempleadas, las características del empleo, y las condiciones de trabajo.
- La necesidad de proponer **itinerarios formativos** y así aumentar posibles oportunidades de empleo a todas aquellas personas que se encuentran en situación de desempleo debido a la crisis del sector.
- La importancia de profundizar en **relación al Catálogo de Cualificaciones Profesionales y la estructura productiva y ocupacional** del sector del comercio.
- **El valor de conocer las necesidades formativas existentes** en el sector, tanto aquellas derivadas de los cambios productivos y tecnológicos, como aquellas otras que faciliten la movilidad profesional de las personas.
- La relevancia de **informar y orientar a los usuarios de la oferta formativa** (empresas, profesionales y empleados del comercio, y a los ciudadanos en general) y sobre las oportunidades de empleo, formación, evaluación, reconocimiento y acreditación de las competencias profesionales en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones.

- La importancia de **detectar y proponer al Instituto Nacional de las Cualificaciones Profesionales \_INCUAL\_ elementos de cambio y mejora** para que lo consideren en aras a propiciar la empleabilidad, mejorando la adecuación al mercado laboral y la formación profesional.
- El estudio y la posibilidad de **incorporar áreas de innovación, investigación y nuevas tecnologías.**
- La necesidad de facilitar la **toma de decisiones de mejora del sistema de Cualificaciones** de la Comunidad de Madrid, y el aumento de la empleabilidad de la población activa.

Con el objeto de alcanzar los fines planteados se ha partido del **análisis del sector** del comercio, delimitando su ubicación en la estructura económica nacional, describiendo su estructura empresarial y económica, los modelos de gestión empresarial y laboral, y analizando la evolución del empleo. A partir de este análisis se ha obtenido un **conocimiento profundo del sector**, se han detectado las actividades en declive, así como los huecos generadores de empleo, y se ha descrito el perfil de los ocupados y desempleados.

Por otro lado, se ha realizado un análisis de **perfiles profesionales**, describiendo el **mapa de ocupaciones** del sector del comercio exterior. Este examen ha sido fundamental para poner en relación el sistema productivo con el Sistema Nacional de las Cualificaciones.

A continuación se ha analizado el **Sistema Nacional de las Cualificaciones**, y en concreto las familias profesionales de interés para el sector, proponiendo mejoras que adecuen el Catálogo Nacional de las Cualificaciones a la realidad productiva, ocupacional y laboral del comercio exterior.

Un aspecto fundamental ha sido la **profundización en la formación**, analizando la oferta y la demanda existente en el ámbito nacional y de nuestra comunidad, y las necesidades formativas. Ante la realidad de la economía en general, y del comercio exterior en particular, se ha puesto especial énfasis en definir **itinerarios formativos** que permitan la empleabilidad de los trabajadores/as dentro de este sector o hacia aquellos otros que puedan emprender sendas de crecimiento.

---

---

# 1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

## Índice

### 1.1. OBJETIVOS

#### Objetivo general

Realizar un análisis de la **situación actual del sector del comercio exterior** y su prospectiva, tanto del tejido empresarial y de sus actividades productivas, como de **las ocupaciones y los perfiles profesionales** presentes y futuros, con la finalidad de localizar huecos productivos generadores de empleo en la Comunidad de Madrid, establecer **itinerarios formativos y/o su adaptación curricular** a otras actividades profesionales.

#### Objetivos específicos

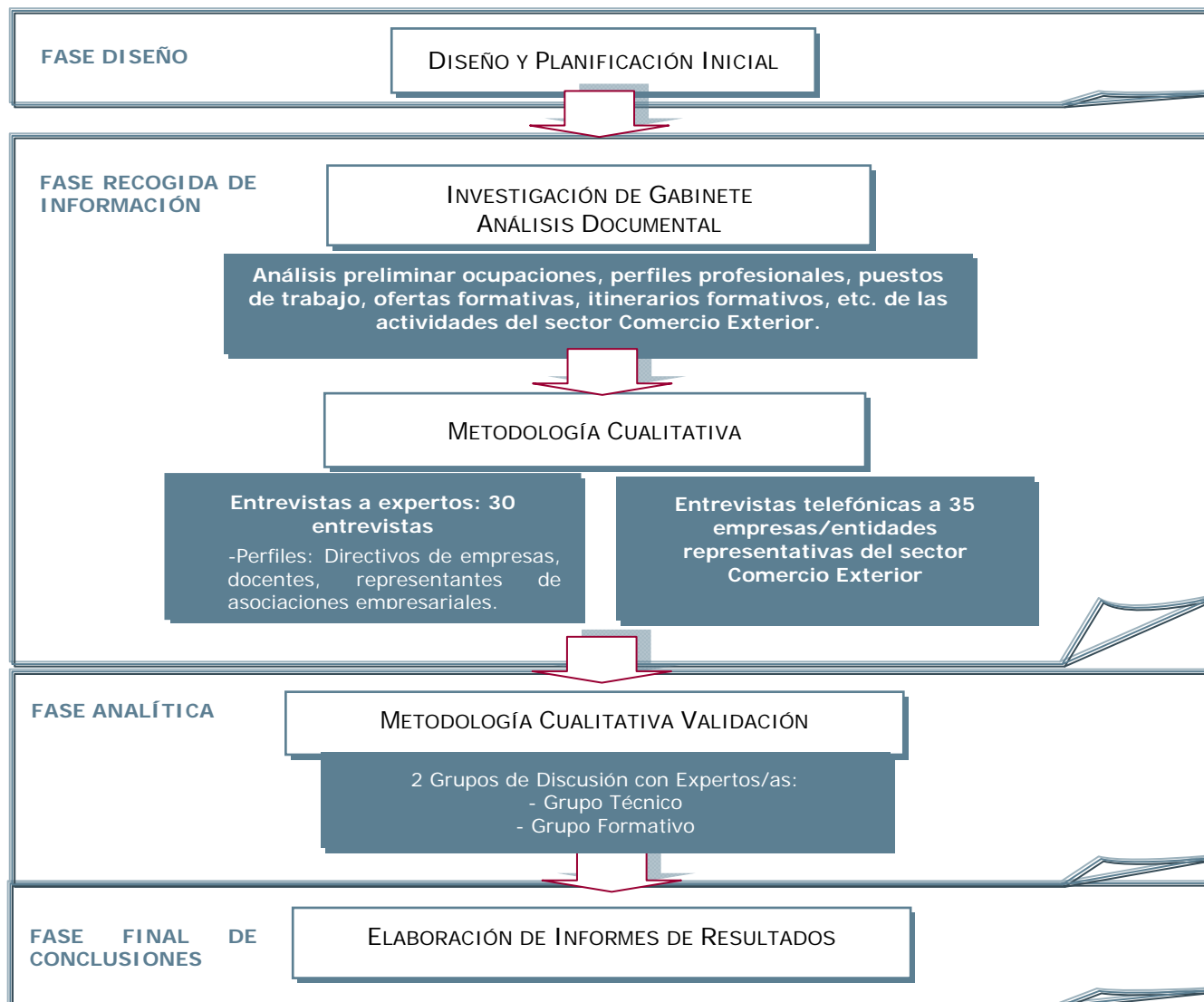
Con el fin de alcanzar el objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

- **Contextualizar y analizar el sector del comercio exterior**, así como su relación con otras actividades económicas.
- Realizar una **prospectiva** del sector a medio y largo plazo.
- Describir las **funciones y contenidos de las distintas actividades productivas** englobadas en el sector así como los modelos y estructuras organizativas de las empresas.
- Conocer la **caracterización del empleo** en el sector (socio-demográfica, contratación, etc.).
- Definir y estudiar las **ocupaciones y los perfiles profesionales** presentes y futuros.
- Conocer y estructurar las **necesidades de cualificación** presentes y futuras.
- Establecer **itinerarios formativos y/o adaptaciones curriculares** a otras actividades profesionales, atendiendo a las necesidades detectadas.
- Analizar el **Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales** proponiendo mejoras al mismo en el caso de ser necesario.
- **Describir y analizar la formación ofertada** (Formación Profesional del Sistema Educativo, Formación Profesional para el Empleo).
- Proporcionar criterios a los distintos agentes implicados para la **toma de decisiones sobre la oferta formativa** y su implantación (volumen y distribución de la oferta), etc.
- **Informar y orientar a los usuarios de la oferta formativa** (empresas, profesionales, ciudadanos en general) sobre las oportunidades de empleo, formación, evaluación, reconocimiento y acreditación de las competencias profesionales en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones.



## 1.2. METODOLOGÍA

La metodología a seguir en esta investigación, supone seguir un proceso secuencial y sistemático, cuyo objetivo final es asegurar la rigurosidad y calidad global de la información reflejada en el mismo, a través de las siguientes fases:



Como se observa, una vez obtenida la información documental, se diseñaron los instrumentos metodológicos: guía de las entrevistas y cuestionarios. Tras el análisis de la información obtenida, se llevó a cabo un grupo de expertos, con el objeto de validar las principales conclusiones.

DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO		
FASE 1 DOCUMENTAL	FASE 2 EXPERIMENTAL	
	CUALITATIVA	CUANTITATIVA
Recopilación información secundaria	Entrevistas en profundidad 30	Encuestas telefónicas a empresas 35
Objetivo: recoger información		
FASE 3 ANALÍTICA: Grupo de expertos		
Objetivo: profundizar y validar el estudio		
INFORME DE RESULTADOS		

Seguidamente se presentan las fichas técnicas con la metodología correspondiente a la **fase experimental de la investigación** llevada a cabo, que se compone de **fase cualitativa inicial, cuantitativa y cualitativa final**.

FICHA TÉCNICA-RESUMEN DE LA FASE CUALITATIVA
ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Técnica de investigación:</b> entrevista en profundidad.</li> <li>• <b>Número de entrevistas realizadas:</b> 30 entrevistas en profundidad.</li> <li>• <b>Ámbito de investigación:</b> Comunidad de Madrid.</li> <li>• <b>Unidad informante:</b> se han tenido en cuenta distintos tipos de perfiles entrevistados: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expertos en formación</li> <li>- Representantes sindicales.</li> <li>- Representantes de asociaciones empresariales.</li> <li>- Responsables de Recursos Humanos de empresas representativas del sector.</li> <li>- Organismos públicos</li> </ul> </li> <li>• <b>Fecha de realización del trabajo de campo:</b> del 22 de octubre 2010 al 23 de febrero 2011</li> <li>• <b>Recogida de información:</b> a través de un guión semiestructurado.</li> <li>• <b>Lugar de realización de la entrevista:</b> las entrevistas se han realizado en los lugares de trabajo de los entrevistados.</li> <li>• <b>Duración:</b> entre 60 y 90 minutos.</li> </ul>

A continuación se relacionan los perfiles de las entrevistas realizadas.

N	Entidad/Empresa	Cargo	Perfil
1	Escuela de Empresariales de Valladolid	Subdirector de Relaciones Internacionales de la Escuela Universitaria de Estudios, Empresariales de la Universidad de Valladolid Director de la E.U. de Estudios Empresariales	Iniciales
2	Asociación de Empresas Consultoras de Ámbito Nacional (SEOPAN)	Directora del grupo exportador de SEOPAN	Iniciales
3	Instituto Español del Comercio Exterior (ICEX)	Director de la División de Iniciación a la Exportación	Iniciales
4	Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior (ACOCEX)	Director de la Comisión de Formación. Delegado de ACOCEX en Madrid	Institucionales
5	Promomadrid	Director de Internacionalización de la Empresa	Institucionales
6	IES Ciudad Escolar	Tutora Centros de Trabajo de Comercio Internacional	Centro de Formación
7	IES Clara del Rey	Jefe de Departamento de Comercio Internacional	Centro de Formación
8	IES El Lago	Tutor de comercio Internacional	Centro de Formación
9	Confederación Española de Empresarios del Plástico (ANAIP)	Director General	Asociación empresarial
10	Federación empresarial de Madrid (FEMAN CEIM)	Coordinadora Gerente y Responsable de RRHH	Asociación empresarial
11	Asociación de Transporte Internacional por Carretera	Responsable del Departamento de Formación y Recursos Humanos	Asociación empresarial
12	Natural Logistics S.L.	Responsable de Recursos Humanos	Empresa
13	Partsmasters S.A.	Responsable de RRHH	Empresa
14	Asociación Gremial de Empresarios de Artes Gráficas	Secretario General	Asociación empresarial
15	Banco Santander	Responsable de RRHH	Empresa
16	CCOO: Federación de Comercio, Hostelería, turismo y juego	Secretario de Formación Presidente de la Comisión Paritaria Sectorial de Comercio	Organización sindical
17	Investing Spain	Secretaría General	Institucional
18	Cámara de Comercio de la Comunidad de Madrid	Directora de Comercio Exterior	Institucional
19	Ministerio de Educación	Asesora en el Área de Títulos de la Subdirección	Institucional
20	Banco de España	Responsable de la Unidad del sector en el Servicio de Estudios	Empresas
21	Centro para la Innovación de la Logística y el Transporte	Presidente	Empresas
22	Confederación Española de Transportes de Mercancías	Responsable de Formación	
23	Área de planes de empresa y bonificaciones a la formación de las empresas de la Cámara de Comercio	Coordinador de Formación	Institucional
24	Universidad Complutense de Madrid	Experto en Comercio exterior. Área de aduanas. Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo "BID".	Formación
25	Easy Global Bussiness S.L. Instituto de Estudios Bursátiles Universidad Complutense de Madrid	Master en Logística Internacional y Gestión Logística Empresarial. Consultor Comercio Internacional y Logística	Empresa/formación
26	Universidad Carlos III	Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados	Formación

N	Entidad/Empresa	Cargo	Perfil
27	Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones	Directora Económica	Empresas
28	Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior (ACOCX)	Responsable de Formación	Asociación
29	Renault España Comercial RECSA	Responsable de Gestión de RRHH	Empresa
30	Logesta Gestión de Transporte S.L.	Técnico departamento de RRHH	Empresa

En cuanto a las encuestas, se han realizado del siguiente modo:

#### FICHA TÉCNICA-RESUMEN DE LA FASE CUANTITATIVA

##### ENCUESTAS TELEFÓNICAS

- **Tipo de encuesta:** encuesta telefónica (CATI).
- **Ámbito de la investigación:** nacional.
- **Unidades objeto de análisis:** empresas del sector del comercio exterior.
- **Persona de contacto:** responsables de formación, selección o RR.HH. en la empresa así como gerentes (en función de la estructura de la empresa).
- **Fecha de realización del trabajo de campo:** enero
- **Recogida de información:** a través de un cuestionario estructurado, con preguntas abiertas y cerradas.
- **Tamaño de la muestra:** 35 encuestas.

Finalmente se han realizado dos grupos de expertos para profundizar y validar la información obtenida en el estudio.

##### GRUPO DE DISCUSIÓN DE EXPERTOS: TÉCNICO, procesos productivos y perfiles profesionales

- **Técnica de investigación:** grupo de expertos.
- **Número de reuniones:** 1 reunión o grupo.
- **Ámbito de investigación:** Madrid.
- **Unidad informante grupo:** expertos representados por personas pertenecientes a asociaciones empresariales, organismos sindicales y otros expertos en el sector.
- **Número de componentes grupo:** 5
- **Fecha de realización del trabajo de campo:** 27 de enero
- **Recogida de información:** Previa a la celebración del grupo se envió a los participantes de un documento resumen para su estudio y análisis. Dicho documento recogía las conclusiones extraídas de la investigación.
- **Lugar de realización del grupo:** Salas Unicentro. Paseo de La Habana, 11. Madrid.
- **Duración:** 120 minutos.

A continuación se relacionan los perfiles de las personas que han participado en el grupo de expertos.

N	Entidad/Empresa	Cargo
1	Asociación Gremial de Empresarios de Artes Gráficas y Manipulados de Papel de Madrid	Secretario General
2	Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior (ACOCX)	Responsable de Formación
3	Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)	Jefe del Departamento de Organización y Desarrollo
4	Escuela de Empresariales de Valladolid	Subdirector de Relaciones Internacionales de la Escuela Universitaria de Estudios, Empresariales (responsable del master de Comercio exterior en la UVA)
5	CC.OO. - Industria (Madrid)	Secretaría de Empleo de la Federación de Industria de CCOO de Madrid

#### GRUPO DE DISCUSIÓN DE EXPERTOS: FORMATIVO

- **Técnica de investigación:** grupo de expertos.
- **Número de reuniones:** 1 reunión o grupo.
- **Ámbito de investigación:** Madrid.
- **Unidad informante grupo:** expertos representados por personas pertenecientes a asociaciones empresariales, organismos sindicales y otros expertos en el sector.
- **Número de componentes grupo:** 6
- **Fecha de realización del trabajo de campo:** 10 de febrero
- **Recogida de información:** Previa a la celebración del grupo se envió a los participantes de un documento resumen para su estudio y análisis. Dicho documento recogía las conclusiones extraídas de la investigación.
- **Lugar de realización del grupo:** Salas Unicentro. Paseo de La Habana, 11. Madrid.
- **Duración:** 120 minutos.

A continuación se relacionan los perfiles de las personas que han participado en el grupo de expertos.

N	Entidad/Empresa	Cargo
1	Asociación Nacional de Fabricantes de Bienes de Equipo	Especializada en Temas de Formación
2	Confederación Española de Transporte de Mercancías por Carretera (CETM)	Responsable de Formación
3	IES Ciudad Escolar	Tutora Centros de Trabajo de Comercio Internacional
4	IES Clara del Rey	Jefe Dpto. Comercio Internacional
5	Ministerio de Educación. Secretaría General de Educación Dirección General de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa, Subdirección General de Formación Profesional	Asesora en el Área de Títulos de la Subdirección
6	Easy Global Business, S.L	Gerente



## II. ACTIVIDAD PRODUCTIVA

**Índice**

## 2. CONTEXTO GENERAL DE LA ECONOMÍA Y DE LA ACTIVIDAD

### Índice

#### Ámbito internacional

En los últimos tiempos el comercio exterior se ha visto envuelto en un **proceso de globalización que ha generado un importante cambio competitivo**. Los cambios más significativos son los siguientes:

- Un **recorte** significativo de las **barreras comerciales** junto con **políticas liberalizadoras**.
- Una fuerte **reducción de los costes logísticos, de comunicación y de transferencia del conocimiento**.
- La aparición de **nuevas economías emergentes**.
- La **explosión del comercio mundial y de los flujos financieros**.

Estos cambios implican nuevas necesidades relacionadas con la **logística internacional, legislación internacional, el desarrollo de la formación de proyectos de comercio exterior, conocimiento de procesos aduaneros, el comercio electrónico, técnicas de negociación**, etc.

Las variaciones comerciales del año 2009 han sido negativas debido a la crisis económica que se ha visto afecta a nivel mundial. Aunque en los próximos años cabe esperar según el Banco Mundial, que la economía experimente un crecimiento de las interacciones y una nueva intensificación de dicho proceso de globalización, basado fundamentalmente en un refuerzo de las economías emergentes, una mejora de la productividad y una ampliación y difusión de las tecnologías.

En los últimos años, las regiones **de Europa y Asia han visto aumentar progresivamente el peso de las exportaciones de mercancías a nivel mundial, mientras que America del Sur y Central, America de Norte y África, han visto descender el peso de las exportaciones** a lo largo de los últimos 30 años. El crecimiento del comercio internacional ha sido especialmente relevante en Asia.

**Estados Unidos, Reino Unido y Alemania son los 3 primeros exportadores e importadores a nivel mundial de servicios**, actividad que genera mayor valor añadido.

**A nivel mundial, las exportaciones de productos que han sufrido una variación más negativa son: especialmente acentuada en los combustibles** (la variación porcentual fue de -37 puntos porcentuales), **hierro y acero** (-45 puntos porcentuales) y **productos de la industria del automóvil** (-32 puntos porcentuales). En relación a los servicios, las variaciones negativas han sido mayores en el transporte, (la variación porcentual del año 2009 respecto del año anterior es de -23 puntos).

Los flujos comerciales se caracterizan cada vez más por la comercialización de los flujos de capital, como la Inversión Directa Extranjera (IED). Las relaciones de negocios que hoy en día se extienden van mucho más allá del intercambio de bienes y servicios: **las fusiones de empresas, las adquisiciones de acciones, las alianzas, Joint ventures, los acuerdos de licencias, la cooperación y otras formas de negocio, son las estrategias económicas alternativas**.

A nivel mundial **los flujos de IED están muy concentrados en las economías muy desarrolladas. Un tercio de los flujos de EU-27 están dominados por Estados Unidos**.



## Ámbito europeo

**El libre comercio y la libre circulación de bienes y servicios**, se produce a partir del año 1993, cuando se eliminan las barreras técnicas, normativas, jurídicas y burocráticas que obstaculizaban el libre comercio.

La reducción de las barreras comerciales y la expansión del comercio internacional son dos logros a partir del Acuerdo General Sobre Aranceles y Comercio (GATT) y a la Organización Mundial del Comercio, así como mediante la unión aduanera.

**El sector servicios** se ha abierto más lentamente que los mercados de bienes, aunque en el 2006 se aprobó la norma **2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 22 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior** que permite a las empresas ofrecer toda una serie de servicios transfronterizos. A partir de la entrada en vigor de esta normativa se ha producido una rápida expansión del comercio de servicios en Europa.

Al mismo tiempo también se **han liberalizado los servicios financieros y se han reducido los gastos y comisiones bancarias en pagos transfronterizos.**

La competitividad de las empresas europeas se fundamentan en una serie de políticas europeas: mercados competitivos, apertura económica, justicia social. La Unión Europea se constituye como:

- **El primer exportador mundial de mercancías.** (En el año 2009 y según datos de la Organización Mundial del Comercio la Unión Europea supone el 41,1% del peso mundial de las exportaciones y el 41,5% de las importaciones de mercancías.)
- **El primer exportador de servicios**
- **El primer proveedor de inversión extranjera** (supone el 46% de las inversiones directas mundiales).
- **El segundo receptor de inversiones después de los Estados Unidos.**

**España se encuentra la sexta potencia Europa en términos de exportaciones y la séptima en importaciones.**

**Alemania, Francia y Reino Unido** son los países que mayor volumen de facturación tienen en términos de importación y exportación de bienes.

**Las exportaciones de maquinaria y equipos del transporte, suponen en la UE-27 más del 40,0% de las exportaciones**, este porcentaje es especialmente relevante en Hungría, República Checa, Polonia y

Rumania (situándose por encima de la media Europea). Al mismo tiempo **destaca el 30,4% de las exportaciones de productos químicos en Bélgica y la exportación de otros productos manufacturados en Portugal.**

**España destaca por encima de la media EU-27 en exportación de productos relacionados con la alimentación, bebidas y tabaco.**

**Los combustibles minerales y lubricantes representaron 24,2% de las importaciones de la UE-27**, que revela la dependencia de la UE de las importaciones relacionadas con la energía. Por último destacar que España importa productos químicos en mayor medida que la media EU-27.

**En el sector servicios destacan principalmente otros servicios empresariales, transporte y viajes.**

**En relación a las salidas de flujos de inversión Directa, destacan Alemania, Francia, e Italia, mientras que en las entradas destacan Francia, Reino Unido, Bélgica y Alemania.**

## Ámbito nacional

La balanza comercial española ha sufrido en el periodo 2007-2009 un retroceso importante derivado de la crisis económica. Esta variación negativa se ha producido tanto en el ámbito de las importaciones como de las exportaciones de bienes y de servicios, aunque en este último el impacto ha sido menor.

El sector de actividad industrial que mayores importaciones y exportaciones ocupa la mayor parte de la distribución comercial (72,0% de las importaciones y 67,7% de las exportaciones), seguido de los bienes de consumo (16,7% de las importaciones y 16,2% de las exportaciones).

Los principales sectores importados y exportados en España, por capítulo arancelario se distribuyen de la siguiente manera:

### Sectores exportados

1. Automóviles
2. Equipos y componentes y accesorios de automóviles
3. Farmoquímica

### Sectores importados

1. Combustibles y lubricantes
2. Equipos y componentes y accesorios de automóviles
3. Automóviles

**España se encuentra entre los siete primeros exportadores y entre los nueve principales importadores de servicios comerciales.**

**Las empresas españolas dirigen principalmente sus exportaciones e importaciones hacia países europeos** y al mismo tiempo, países como **Estados Unidos y China**, socios comerciales. El conjunto de estos países conforman la mayoría de las exportaciones e importaciones (66,9% y 61,8%, respectivamente).

**Un 3,2% de las empresas españolas son exportadoras de productos. Un 36,4% de las empresas exportadoras lo hacen de manera regular.**

**En el año 2009, esta cifra ascendió a 108.303 empresas exportadoras, lo que supone un 3,2% de empresas exportadoras sobre el total de las empresas.** Progresivamente el número de empresas exportadoras en España ha ido aumentando a partir del año 2000.

Es importante destacar que el número de empresas exportadoras regulares (aquellas que han exportado durante los últimos 4 años) representan un 36,4% del total, ascendiendo a 39.377 empresas del 2009.

Cada vez son más las empresas españolas que consolidan su actividad internacional, hay que indicar que las ventas exteriores españolas se concentran en pocas empresas. En este sentido, en el ejercicio de 2009, las 25 principales empresas exportadoras respondían de un 23,1% de las ventas exteriores totales de España y las 500 mayores exportadoras, de más de la mitad (56,1%) del volumen total anual de exportaciones. Además en el caso de las exportadoras regulares, el peso de las empresas de gran dimensión es superior al registrado en el conjunto de las empresas exportadoras.

Si tenemos en cuenta el número de empresas exportadoras, **aquellas cuya facturación exterior no supera los 25.000 euros anuales, representan** (según datos de 2009) **en torno al 62,7% del total de empresas exportadoras.** Respecto a las ventas exteriores un 71% de este total se sitúan por debajo de los 5.000 euros.

**Los principales socios comerciales de España son los países de la UE-27, donde se concentra un 69,3% de las exportaciones totales y un 58,3% de las importaciones, seguidos de Asia y África** (en los que se concentran el 6,8% y el 5,8% de las exportaciones y el 17,4% y 8,0% de las importaciones respectivamente), desbancando a América Latina y América del Norte en el puesto que tradicionalmente venían ocupando estos territorios como principales socios comerciales de España fuera de la UE.

**Las cuotas de exportación e importación españolas de bienes sobre la cifra mundial (exportaciones españolas/exportaciones mundiales) ascienden al 1,70% y 2,40% respectivamente. Las cuotas de exportación e importación españolas de servicios sobre la cifra mundial se sitúan en 3.80% y 3.00%**

La IED supone una considerable fuente de riqueza directa para el país que la recibe no solamente debido a la compra de activos locales y la generación de puestos de trabajo, sino que sus implicaciones van mucho más allá, ya que provoca la puesta en funcionamiento de nuevos procesos tecnológicos, organizativos o productivos hasta ese momento inexistentes en el país destino de la inversión.

**España es uno de los países más activos en el comercio de mercancías y de servicios.**

- **Es el 17º exportador y 12º importador mundial de mercancías.**
- **Es el 7º exportador y 9º importador mundial de servicios.**

Además, los beneficios de las empresas extranjeras acaban por transmitirse al tejido industrial local, y en ocasiones dan origen al desarrollo de clusters. **En España, durante el año 2009 hubo 11.204 empresas extranjeras establecidas que emplean a 1.456.483 personas, un 7,3% del total del empleo nacional** y el stock total de IED instalada es de 465.500 millones de euros.

**Según la OCDE, España fue el país 16º que más IED recibió en 2009, con 15.000 millones de dólares, registrando una caída del 79% respecto al año anterior, la segunda más alta de la OCDE.**

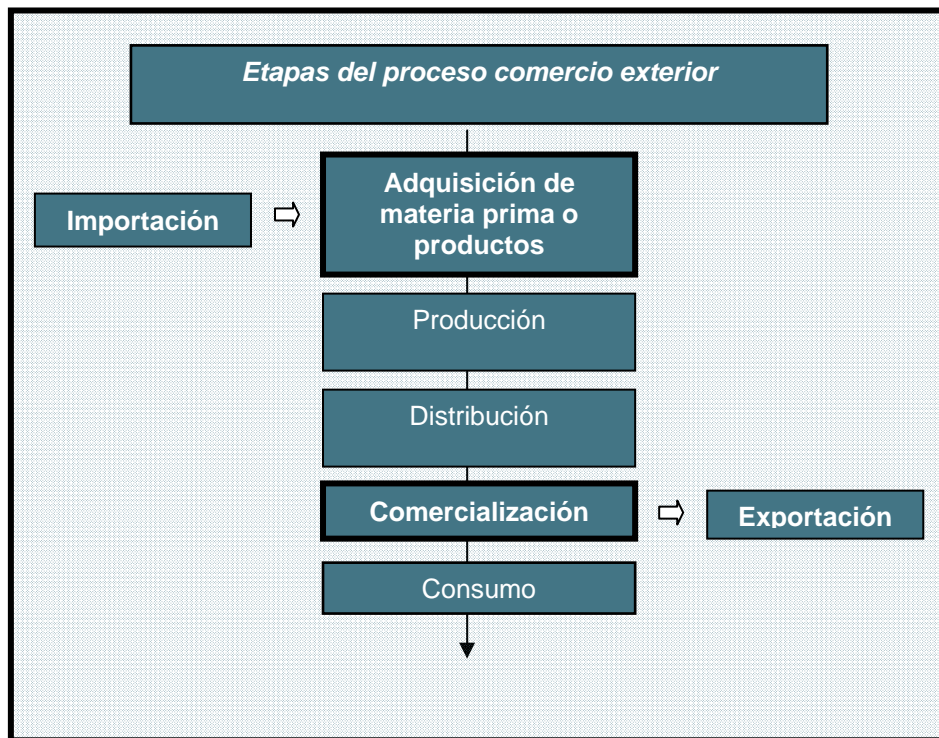
**El empleo en el sector de comercio exterior en España se compone principalmente de trabajadores en exportación de bienes (65,1%),** aunque esta cifra va disminuyendo paulatinamente en detrimento del sector servicios (34,9%). Una de las principales razones reside en la apuesta por sectores que generen mayor valor añadido; esta es la tendencia actual hacia la que se dirige el comercio exterior en España.

### 3. PROCESOS PRODUCTIVOS DEL SECTOR

#### Índice

Las **actividades económicas** tienen como finalidad, la obtención de bienes o servicios para intercambiar en el mercado nacional y/o internacional y obtener ganancias que permitan satisfacer las necesidades individuales y colectivas. La actividad económica, conlleva por tanto una serie de etapas del proceso:

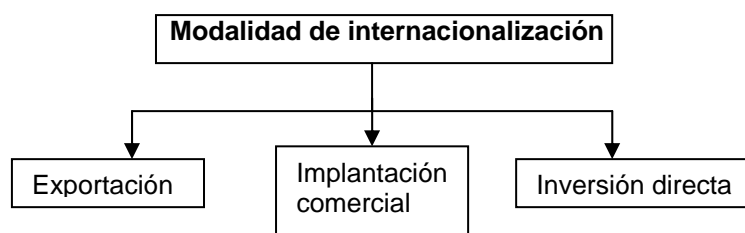
#### Etapas generales del proceso de comercio exterior de bienes y servicios



Para realizar la etapa de comercialización, existen diferentes formas de acceso a los mercados internacionales:

1. **Exportación/importación:** venta/compra de productos y servicios de un país al extranjero.
2. **Implantación comercial:** disponer de infraestructuras en el lugar de destino de los productos o servicios: almacenes logísticos, tiendas, etc.
3. **Inversión directa:** obtener una participación duradera en una empresa residente en otra economía o país.

Estas tres formas de internacionalización pueden gestionarse de forma independiente, o pueden ser consecutivas una de la otra.

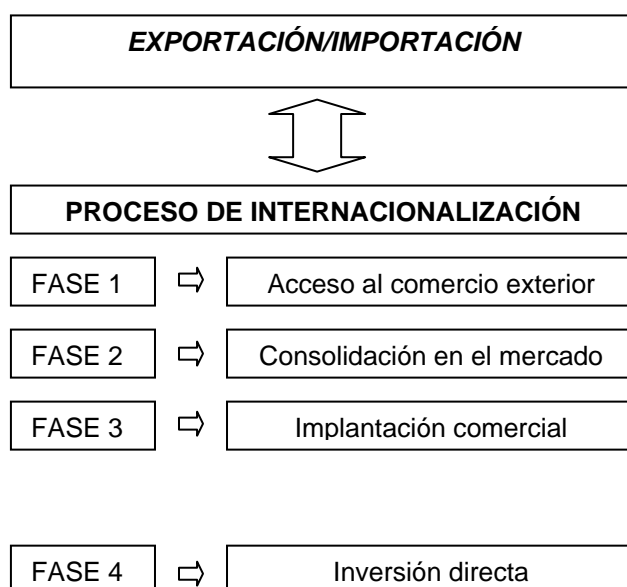


La modalidad de la internacionalización dependerá del tipo de empresa y de la situación en la que se encuentra:

- Empresas que **nunca han tenido contacto en el mercado exterior**
- Empresas que comercializan de **forma ocasional**
- Empresas que comercializan de **forma regular** y que quieren abrirse a nuevos mercados o aprovechar mejor las oportunidades que existen.
- Empresas que además de comercializar realizan una **Implantación comercial**, para realizar un seguimiento de los bienes y servicios.

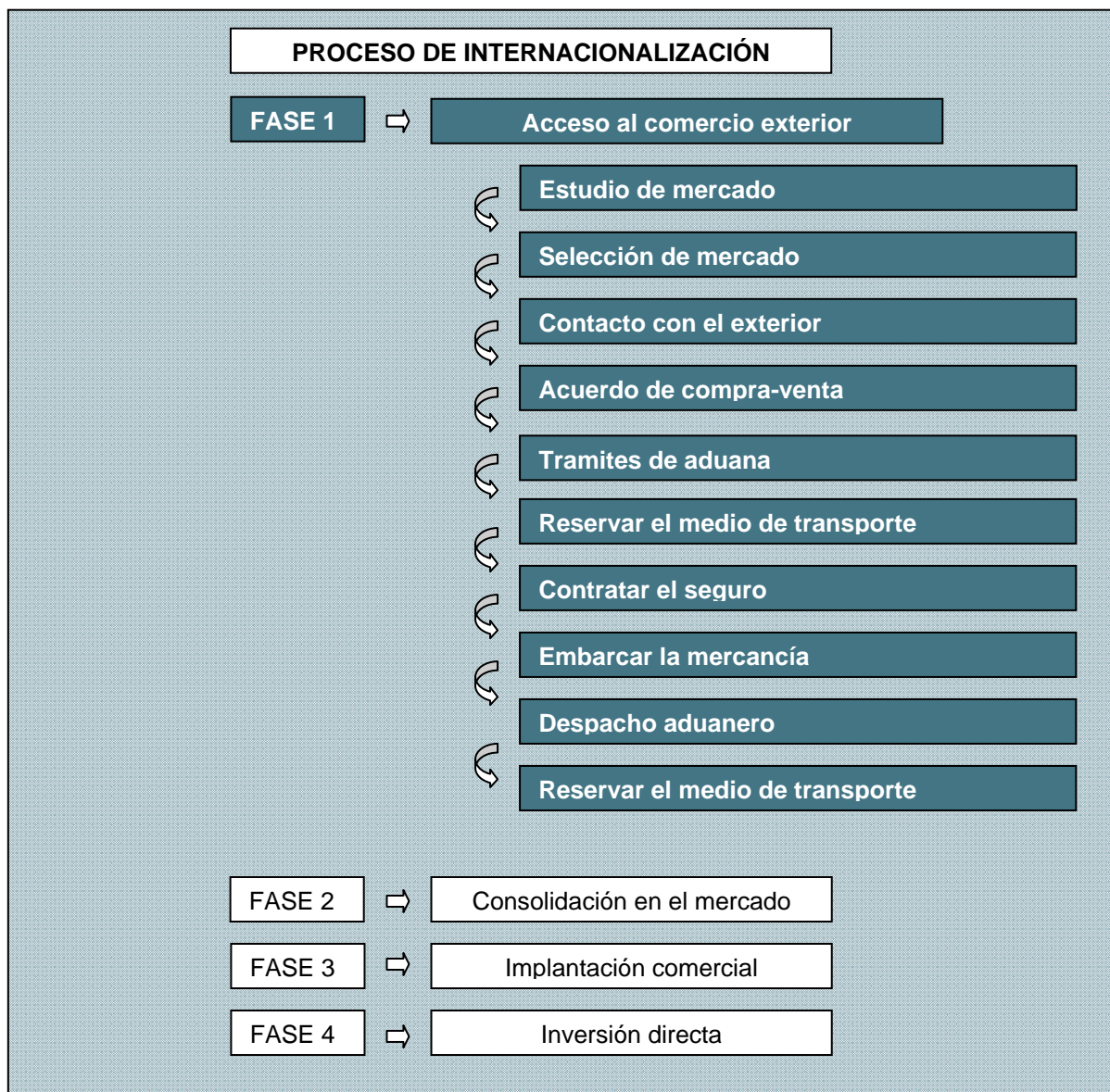
En el siguiente esquema se muestra de forma general, los pasos más teóricos a llevar a cabo en una empresa que desea internacionalizarse y que nunca ha accedido a los mercados internacionales.

#### Pasos a seguidos por las empresas que desean internacionalizarse



**Este esquema es válido tanto para bienes como para servicios**, aunque dependiendo del tipo de empresa (grande-pequeña, productos-servicios, etc.), de sus necesidades y sus objetivos se realizará un tipo de proceso diferente. Es decir existen diversas formas de comercializar un producto al exterior y una misma empresa puede seguir diferentes estrategias en función de las características de los mercados. Estas fases pueden realizarse de forma consecutiva, o de forma independiente.

Por tanto las empresas siguen diferentes estrategias para comercializar los bienes o servicios con el exterior, sin seguir necesariamente unas secuencias establecidas. En general el proceso de internacionalización comienza con la venta directa a mercados más próximos, tanto cultural como geográfica, para posteriormente ir ampliando mercados y realizar alguna inversión directa como consolidación en el mercado exterior y tener un mayor control sobre su comercialización. **Este proceso no es generalizable ni a todos los bienes ni a todos los servicios, especialmente en estos últimos, donde es frecuente la implantación en los mercados exteriores para llevar a cabo directamente el servicio en el lugar de destino.**

**La internacionalización de un producto:****ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES**



## 1. ACCESO AL COMERCIO EXTERIOR:

Para poder ingresar de manera eficiente en el mercado internacional tanto en términos de importación como de exportación es recomendable estar asesorado o ser asistido por expertos en este terreno. En España existen diferentes organismos institucionales con programas destinados a esta primera fase (ICEX, Promomadrid, la Cámara de Comercio).

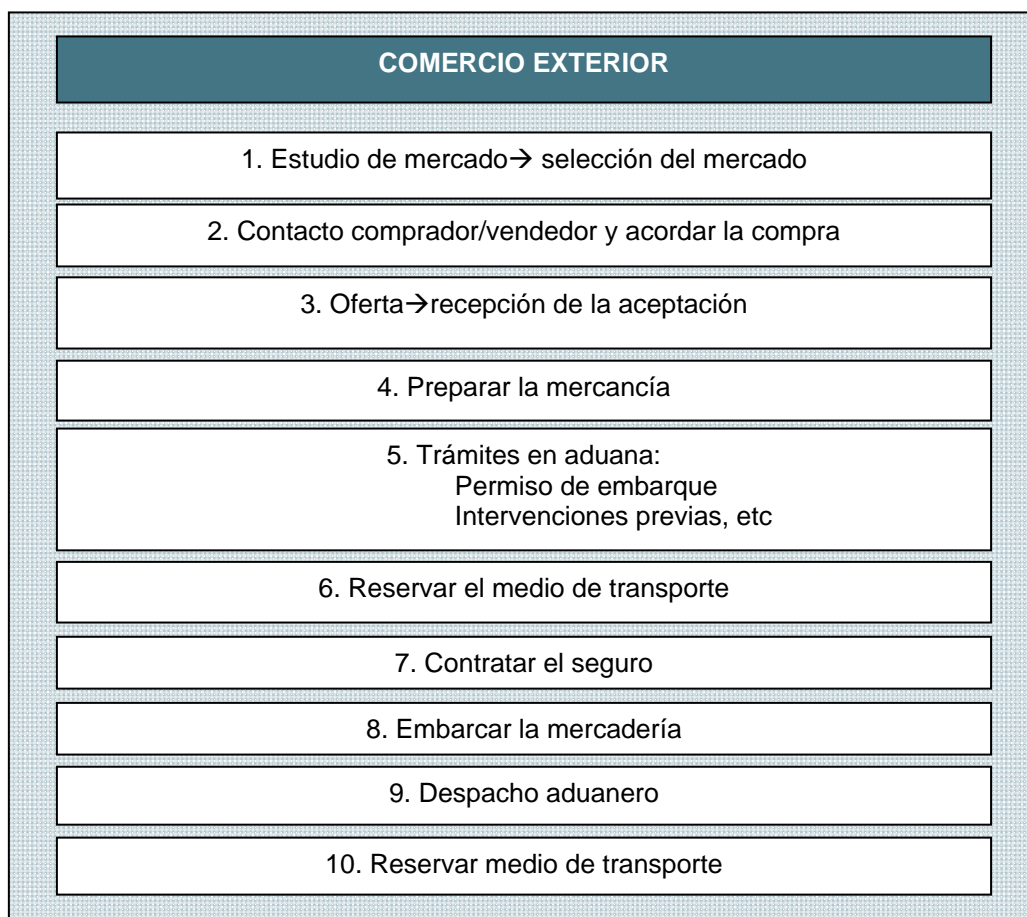
Un paso previo al acceso al comercio exterior consiste en realizar un **diagnóstico de la capacidad exportadora o importadora de la empresa**, así como de los recursos de los que dispone (internos y externos), esto involucra distintos aspectos:

1. Organización de la producción: volúmenes, flexibilidad de procesos
2. Calidad de producto
3. Organización administrativo - comercial

En esta fase los expertos consultados a lo largo del estudio, advierten carencias, especialmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas: relativas a recursos humanos y económicos:

En el **acceso al comercio exterior** se distinguen una serie de pasos que se exponen a continuación:

Algunos expertos consultados indican que antes de la realización de estudios de mercado, es necesario un periodo de **concienciación y sensibilización** de la empresa e inculcar una cultura de comercio internacional, para posteriormente comenzar el acceso a la comercialización internacional.



## 1. Realizar un estudio de mercado.

En esta primera subfase se trata principalmente de:

- **Examinar los mercados de suministros internacionales y aprovechar las mejores ofertas.** Conocer tendencias de los informes internacionales del sector y de los países destino, conocer las tendencias del mercado, así como la visión española e internacional. Analizar los países productores, países comercializadores, precios, variedad, calidad, etc., en función del bien o servicio que se pretenda comercializar.
- **Evaluar los requisitos que deben cumplirse al realizar una acción comercial de carácter internacional:** normativa, tramites de compra-venta, legislaciones, formas de distribución del país destino/origen. Se trata por tanto de conocer las operaciones necesarias; estar preparado para cumplir con los trámites y las regulaciones arancelarias y no arancelarias requeridos en el mercado destino; costeado adecuado en los mercados; conocimiento de las políticas hacendarias del mercado destino, y considerar las fluctuaciones o políticas cambiarias nacionales y del país objetivo.
- **Analizar los factores de riesgo y costo de la acción comercial:** medio de transporte más adecuado, seguro de viaje, fiscalización de la operación, cobros que se llevan a cabo.
- **Definir el tipo de relación de negocios que se debe establecer con sus proveedores o compradores para satisfacer los objetivos de la oferta.** Previo a que se inicie una transacción de importación o exportación, es recomendable obtener información del mercado de origen o destino del producto y de los potenciales proveedores o compradores.

A partir de aquí se elabora un **Plan de Iniciación a la Exportación**, en el que deben intervenir principalmente la directiva de la empresa y un consultor o técnico en comercio internacional.

Como se explica al inicio de este apartado, para la realización de estos pasos, en la Comunidad de Madrid y en España existen organismos públicos y también privados destinados a facilitar este acceso.

**La figura del consultor junto con la de dirección en esta fase son las más importantes.**

## 2. Contactar con el vendedor/comprador, negociar y acordar la compra

Una vez analizado el mercado y tomada la decisión de importar o exportar un producto, se establece contacto con las empresas del exterior, puede hacerse directamente o aconsejarse por medio de expertos, que asesorarán sobre los derechos de importación o exportación que le corresponde al tipo de mercadería que desea importar o exportar para poder analizar la viabilidad de la operación.

## 3. Oferta de compra-venta

Una vez se haya determinado la selección del comprador o vendedor, se realiza la oferta de compra o venta de los productos o servicios, y se produce o no la aceptación.

Usualmente, el contrato de compra-venta internacional se instrumenta a través de una "*Orden de Compra*", que es la aceptación expresa de la oferta. Antes de esta orden de compra, para verificar la fiabilidad de la negociación se utilizan distintos métodos.

## 4. Preparar la mercancía

Se puede comprar o vender mercancía como para ocupar un contenedor entero, o si no parte del mismo (las empresas que realizan los fletes internacionales de mercancías, disponen de contenedores para transportar pequeños volúmenes de diferentes compradores o vendedores, esto se define como carga consolidada). Es por ello, que una alternativa para las empresas que se inician en el comercio exterior, es la posibilidad de agruparse con varios empresarios del medio y formar un *pool* de compras y alquilar un contenedor completo. Aunque esta medida ahorra costos, se prolonga en el tiempo.



## 5. Tramites de Aduana

En función del origen o destino de las mercancías, los trámites aduaneros variarán. El exportador extranjero (proveedor) negocia ante su Banco comercial el pago convenido, presentando documentos oficiales que acrediten el embarque de las mercancías (factura, conocimiento de embarque o documento que haga sus veces, póliza de seguro, etc.)

El banco comercial extranjero revisa los documentos y paga al exportador en el período establecido. Estos documentos son enviados al Banco emisor de la carta de crédito u otra forma de pago.

Posterior a realizar el pago de los gravámenes aduaneros y el pago de las tasas de almacenaje, movilización y cualquier otro recargo cuando corresponda, la aduana procede a otorgar el ingreso de las mercancías para su examen físico o documental.

## 6. Contratación del flete

En función del tipo de mercancía, la distancia que debe recorrer, los costos y tiempo estimado, se utiliza un tipo de medio de transporte u otro. Las empresas grandes disponen de sus propios mecanismos para la contratación del flete y los trámites a realizar, pero las PYMES con menos recursos suelen acudir a expertos que les realizan todas las gestiones.

## 7. Contratar el seguro

Para el traslado de mercancías previo al envío o recepción normalmente se suele contratar un seguro.

## 8. Embarcar la mercancía

El exportador extranjero (proveedor) revisa la forma de pago convenida, una vez esté de acuerdo, embarca las mercaderías según lo estipulado. En esta etapa el exportador extranjero (proveedor) confirma el medio de transporte internacional que lleva las mercaderías, fecha de salida, número de vuelo, nombre del barco, tiempo de demora del viaje y fecha estimada de llegada.

El importador coordina con el Agente de Aduanas la recepción de las mercancías en puerto de llegada.

## 9. Despacho aduanero

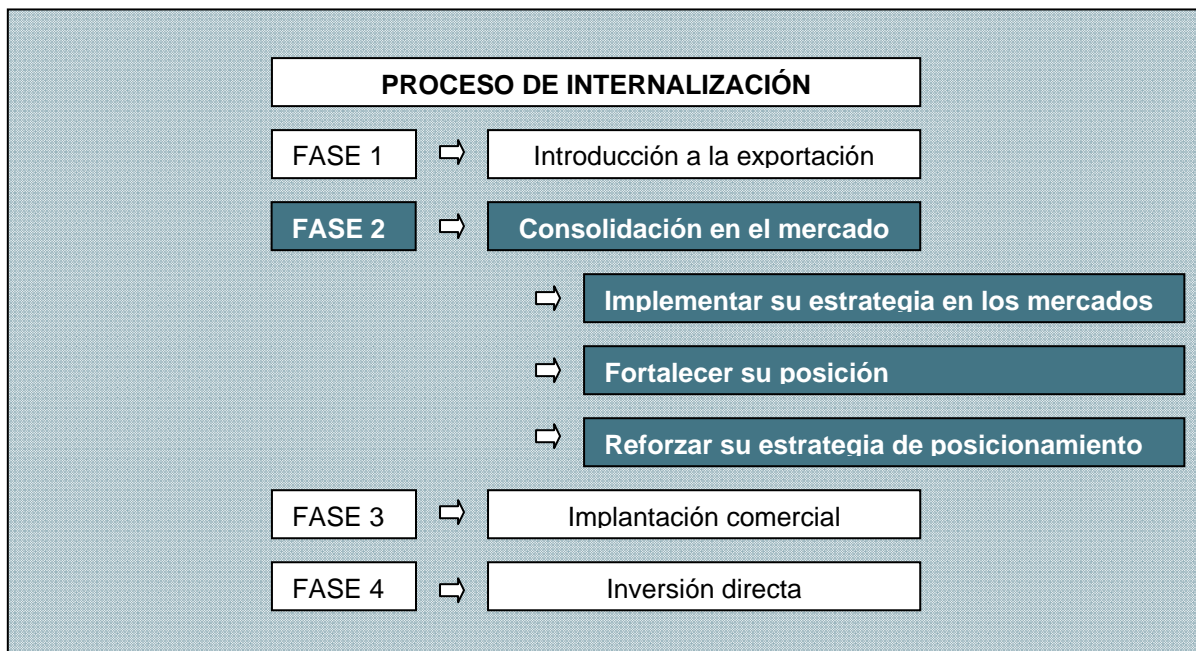
Una vez recibida la mercancía en la aduana de ingreso, el agente de aduanas procederá, en coordinación con el importador, a realizar el pago correspondiente a los impuestos y demás gravámenes. El importador recibirá del Banco Comercial los documentos que servirán de base al Agente de Aduanas para realizar la declaración aduanera, formalizada mediante el documento denominado "Declaración de Aduana".

Uno de los medios de pago utilizado más frecuentemente es la carta de crédito. Este medio asegura el cumplimiento de las condiciones pactadas entre las partes.

## 10. Reservar el medio de transporte

Una vez liberada la mercadería por aduana, una empresa de transporte podrá retirar la mercadería y la traslada hasta el negocio del comprador. Las empresas suelen subcontratar esta fase a empresas especializadas en transporte y logística.

## FASE 2: CONSOLIDACIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES



Las empresas que se encuentran en esta etapa tratan de **revisar, mejorar e implementar su estrategia en los mercados internacionales**, así como ampliar los productos a exportar tratando de **mejorar la competitividad** en el mercado. Se trata por tanto de conseguir que el comprador o vendedor internacional, lo sea de forma continuada, existiendo ofertas y demandas sobre una misma base de negociación y sobre un mismo principio de comercio.

Como se explicaba al comienzo del capítulo, la consolidación del mercado, puede realizarse sin pasar necesariamente por el acceso al comercio exterior.

Esta fase puede hacerse con el asesoramiento adecuado para mejorar la estrategia competitiva. (Especialmente en el caso de las PYMES que no disponen de recursos humanos formados en esta materia). Cada sector y cada empresa son diferentes de modo que tendrán **estrategias de consolidación a medida**.

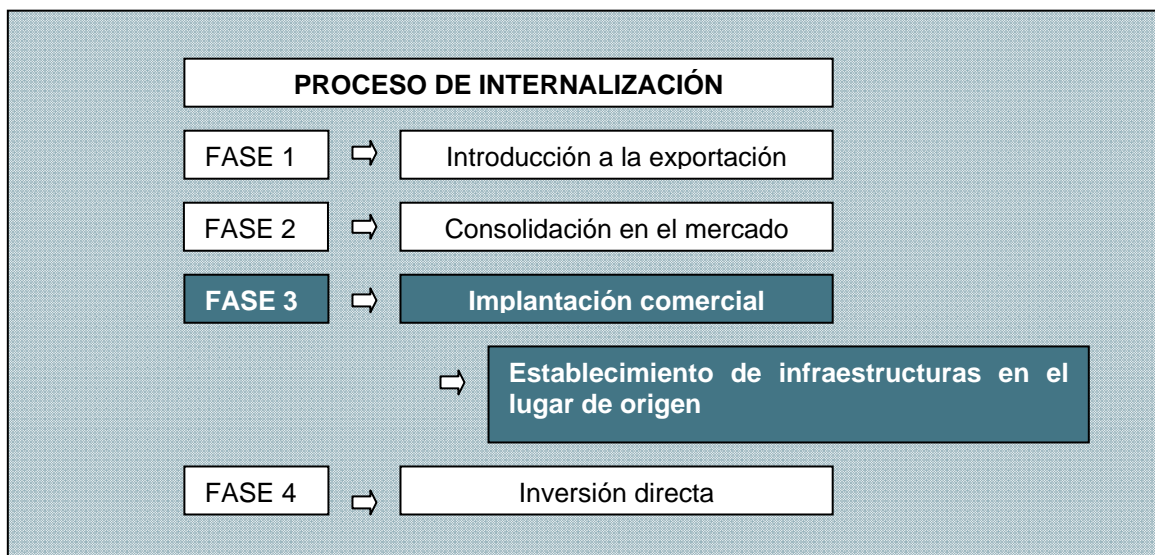
Otro de los aspectos fundamentales en el proceso de consolidación son **las características del país de origen**: normativa, legislación sobre comercio exterior, tramites, distribución, etc. Las actividades o instrumentos que se utilizan dependen del sector que se trate (jornadas, desfiles, congresos) en esta fase.

Una vez iniciadas las primeras exportaciones, emprendidas a través de la venta de productos en el exterior, comienza, en el caso de que la empresa lo considere oportuno, **un proceso de promoción para su posterior consolidación en el extranjero**. Esta promoción se realiza principalmente a través de **planes sectoriales**.

- Establecer su **estrategia de consolidación**:
  - Búsqueda de oportunidades comerciales.
  - Estudios de mercado: identificar los movimientos de la competencia internacional.
  - Adaptación de productos al mercado objetivo: Ej. empaque y embalajes adecuados.
  - Registros de marcas y patentes en el exterior.
  - Formación de responsables de comercio exterior.
  - Conformación de consorcios de exportación.
  - Manejo logístico profesional.
  - Información suficiente del producto al distribuidor en el mercado destino.

- **Fortalecer su posición en el canal de distribución.**
- **Reforzar su estrategia de posicionamiento, comunicación y marca** (presencia en las ferias, congresos, etc. internacionales).

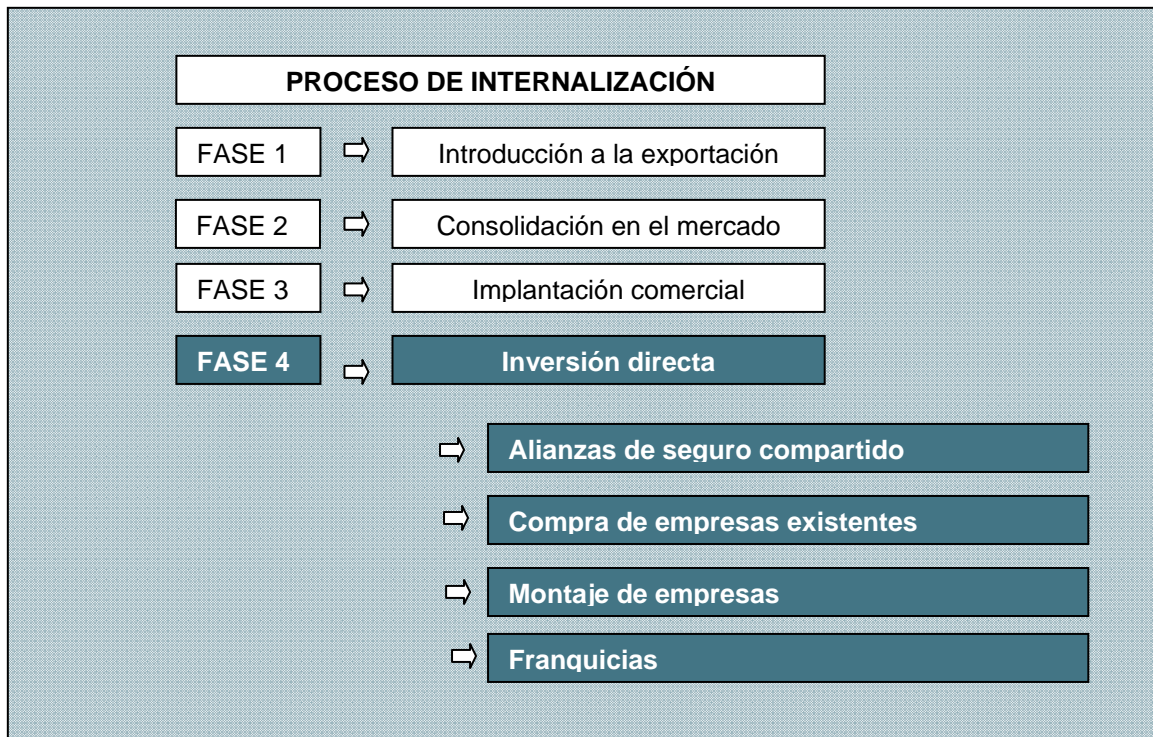
### FASE 3: IMPLANTACIÓN COMERCIAL



**Implantación comercial:** Esta fase puede producirse de forma independiente o como un paso más de la internalización de la empresa. Una vez la empresa se ha consolidado en el mercado internacional el paso siguiente es la implantación comercial.

Para poder implantarse de manera estable y continua en los mercados más importantes de otros países es necesario, realizar **un seguimiento de los clientes y distribuidores, disponer de infraestructuras en el lugar de exportación**, como por ejemplo almacenes logísticos o tiendas propias. Para ello existen planes de apoyo a la implantación comercial en el exterior realizados desde la administración pública. La implantación comercial española no es muy fuerte, respecto a otros países con mayor trayectoria internacional

#### FASE 4: INVERSIÓN DIRECTA



Fondo Monetario Internacional (FMI):

*“La IED, se da cuando un inversionista residente («inversionista directo»), tiene como objetivo obtener una participación duradera en una empresa residente en otra economía o país («empresa de inversión directa.»)”*

Organización Mundial del Comercio (OMC):

*“La inversión extranjera directa ocurre cuando un inversor establecido en un país (origen) adquiere un activo en otro país (destino) con el objetivo de administrarlo. La dimensión del manejo del activo es lo que distingue a la IED de la inversión de portafolio en activos, bonos y otros instrumentos financieros. En la mayoría de los casos, el activo es administrado en el extranjero como firma del mismo negocio. Cuando esto sucede, el inversor se conoce como «casa matriz» y el activo como «afilada» o «subsidiaria»”.*

**Inversión directa en el extranjero:** Esta fase puede producirse de forma independiente o como un paso más de la internalización de la empresa. La inversión directa puede producirse por diferentes motivos:

1. Cuando las empresas son líderes en el mercado local y quieren dar un paso más.
2. Cuando el mercado se encuentra ya saturado, la demanda nacional es insuficiente para apalancar el incremento de las ventas de la empresa.
3. En otras ocasiones estas empresas pueden enfrentar un exceso en la capacidad de producción que convierte el mercado internacional en la mejor salida para asegurar la continuidad de sus ventas.

Lo que incentiva a la empresa en estos casos es la búsqueda de alternativas en el exterior. Producir directamente en el lugar de exportación o importación, puede ser en algunos casos el **último paso para la internacionalización** o simplemente una **opción para la supervivencia de la empresa**. Se contempla como **el método para tener una participación duradera en una empresa residente de otra economía**.

Esta inversión se puede realizar mediante la participación en otras empresas ya establecidas o por medio del establecimiento de una filial de la empresa inversora.

Son cada vez más las empresas españolas que se consolidan en el exterior a través de las diferentes modalidades de la inversión directa. Este tipo de inversión tiene relevancia especialmente en el sector servicios, puesto que acapara el 90% de la IED en España. Según la OMC la apertura de filiales en el extranjero es la modalidad más utilizada por las principales empresas para prestar sus servicios en los mercados internacionales.

En España existen empresas líderes en diversos sectores económicos, desde Telefónica en telecomunicaciones, pasando por Repsol – YPF, Gas Natural, Iberdrola, Endesa, Acciona Energía, Gamesa, en el energético; BSCH y BBVA en el financiero; INDITEX en textil; Ebro Puleva, Grupo SOS y Campofrío en alimentación; Sol Meliá en el sector hotelero; Prosegur en servicios de seguridad; etc.

### Tipos de Inversión extranjera directa (IED):

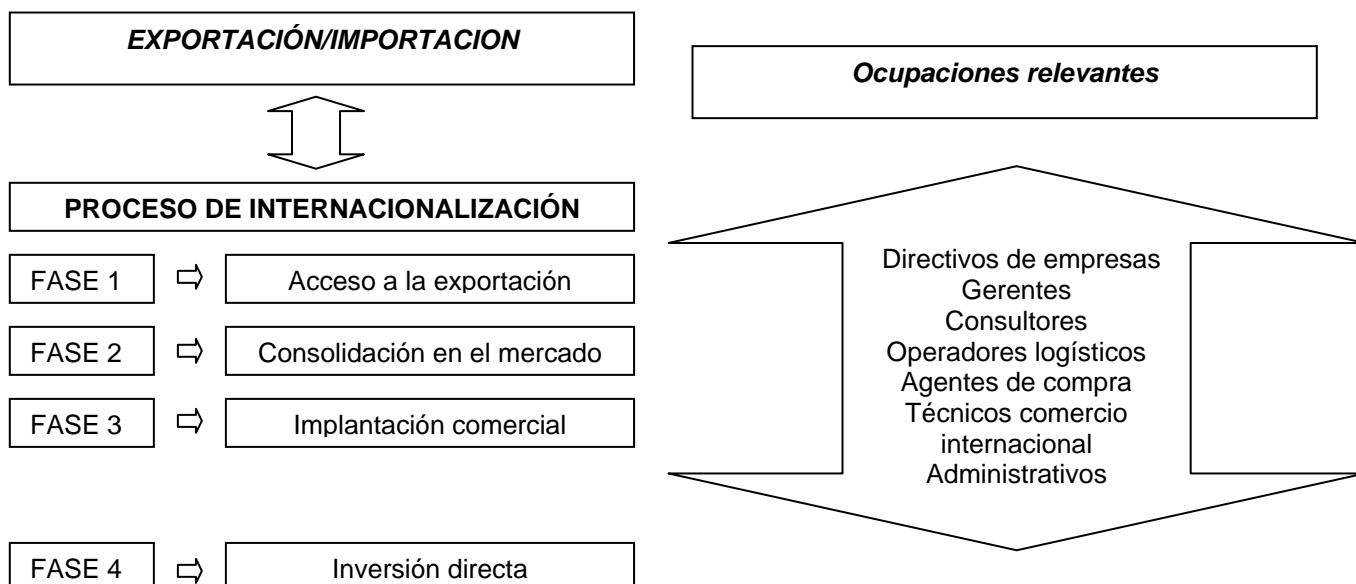
La IED se puede clasificar en las siguientes categorías:

**Alianzas de riesgo compartido:** son alianzas en las que los socios de un país extranjero comparten la propiedad y el control de una empresa, la mayoría de las veces nueva, con socios del país anfitrión. El riesgo inherente en esta empresa nueva se asume de manera compartida entre socios locales, quienes conocen el mercado, y son los socios extranjeros, quienes generalmente traen conocimiento especializado o tecnología.

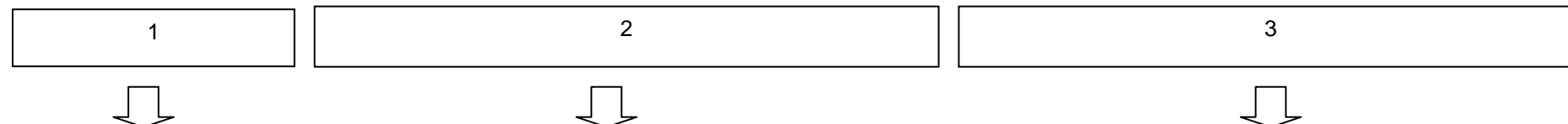
**Compra de empresas existentes:** en este caso, el inversionista extranjero adquiere la totalidad de los activos de una empresa existente en el país de destino. La compra de una empresa ya establecida, reduce los costos de inversión en posicionamiento de marca y de canales de distribución.

**Montaje de empresas:** hace referencia a la apertura de un establecimiento de carácter permanente en el país destino con el fin de llevar a cabo su actividad productiva o de prestación de servicios. Este tipo de inversión, permite aprovechar en mayor grado las ventajas de propiedad e internacionalización, al asumir en su totalidad el proceso productivo, y al mismo tiempo, aprovechar las ventajas de localización del país escogido.

**Franquicias:** en esta opción, el inversionista extranjero vende a unos socios locales el derecho continuo de usar la marca, tecnología y el conocimiento que le han permitido consolidar un negocio. Esta opción permite a los inversionistas disminuir la incertidumbre proveniente de abrir operaciones en un mercado nuevo y expandir el negocio sin necesidad de mucho capital (pues el franquiciatario debe aportar generalmente el capital inicial). Por otro lado, para quien invierte en ellas, puede ser un mecanismo rentable, ya que reduce gran cantidad de costos como consolidación de marca, de desarrollo de producto, capital para iniciar el negocio, entre otros.



**ICEX. Las empresas suelen emprender su proceso de internacionalización, siguiendo esta secuencia de etapas principales: iniciación, prospección y acceso a mercados y su consolidación y el establecimiento en forma de inversión directa.**



Sin experiencia internacional	Fase inicial de exportación	Exportación regular	Implantación comercial	Inversión
<p>Sensibilización a las ventajas de la internacionalización.</p> <p>Información sobre mercados exteriores y procedimientos</p> <p>Participación en seminarios locales y otras actividades guiadas a la exportación y/o inversión.</p> <p>Participación en actividades promocionales iniciática de diagnóstico potencial.</p> <p>Dedicación de recursos internos organizativos (de la empresa a tiempo parcial) a iniciarse en la internacionalización.</p> <p>Programas y manuales de iniciación</p>	<p>Información sobre mercados exteriores concretos, o procedimientos y líneas de apoyo.</p> <p>Prospección en origen de mercados objetivo.</p> <p>Identificación de interlocutores, distribuidores agentes.</p> <p>Promoción: participación en ferias, misiones, jornadas.</p> <p>Elaboración de material promocional.</p> <p>Cierre de pedidos.</p> <p>Primeras exportaciones o inversiones.</p> <p>Definición organizativa primeros recursos a tiempo completo</p>	<p>Formación especializada</p> <p>Información sobre nuevos mercados exteriores.</p> <p>Prospección y acceso a nuevos mercados.</p> <p>Nuevos socios comerciales.</p> <p>Acuerdos de representación.</p> <p>Participación en acciones de promoción de soporte o de apertura de nuevos mercados (ferias, misiones, jornadas, foros, etc.)</p> <p>Consolidación de operaciones de exportación</p> <p>Financiación especializada</p> <p>Consortios</p>	<p>Ampliación de las coberturas geográficas en mercados presentes.</p> <p>Establecimiento comercial (Almacenes, oficinas comerciales).</p> <p>Nuevos productos</p> <p>Desarrollo de redes comerciales</p> <p>Búsqueda de socios</p> <p>Desarrollo de marca</p>	<p>Desarrollo de la estrategia de globalización.</p> <p>Establecimiento productivo.</p> <p>Creación de filiales, compra de sociedades.</p> <p>Multilocalización.</p>



## Internacionalización de un servicio

La diferencia entre la exportación de bienes y la exportación de servicios, radica principalmente en que en este último caso, el valor del componente es intangible, este aspecto va a marcar las diferencias en cuanto al proceso de internacionalización. Aunque las ocupaciones directamente implicadas no varían con respecto a las mercancías.

**Internacionalización de un servicio:** es el comercio que se realiza entre dos países. El servicio cruza la frontera, sin desplazamiento de las personas. El proveedor del servicio puede o no desplazarse y puede o no establecer presencia en el país en el que se consume el servicio.

Las fases del proceso:

1.- Al igual que en el caso de los bienes es necesaria la realización de un **estudio de mercado** para analizar la situación del servicio que queremos comercializar, su posición, los países que desarrollan y venden los mismos servicios que se pretenden ofertar, etc., para posteriormente seleccionar los mercados objetivos.

2.- **Encuentros empresariales:** se establecen contactos para llegar a acuerdos de colaboración con empresas de destino para encontrar posibles *partners*, crear *joint venture*, intercambio accionarial, etc. Tanto para importar como para exportar servicios en los países de origen o para insertarse en terceros mercados. Asimismo, en esas alianzas en esta fase se llegan a acuerdos para registrar patentes en los países de destino.

Otra posibilidad es que sean empresas pequeñas proveedoras de grandes compañías en el mercado nacional y que se internacionalizan para dar servicio a las grandes en el extranjero. Es el llamado “efecto arrastre”.

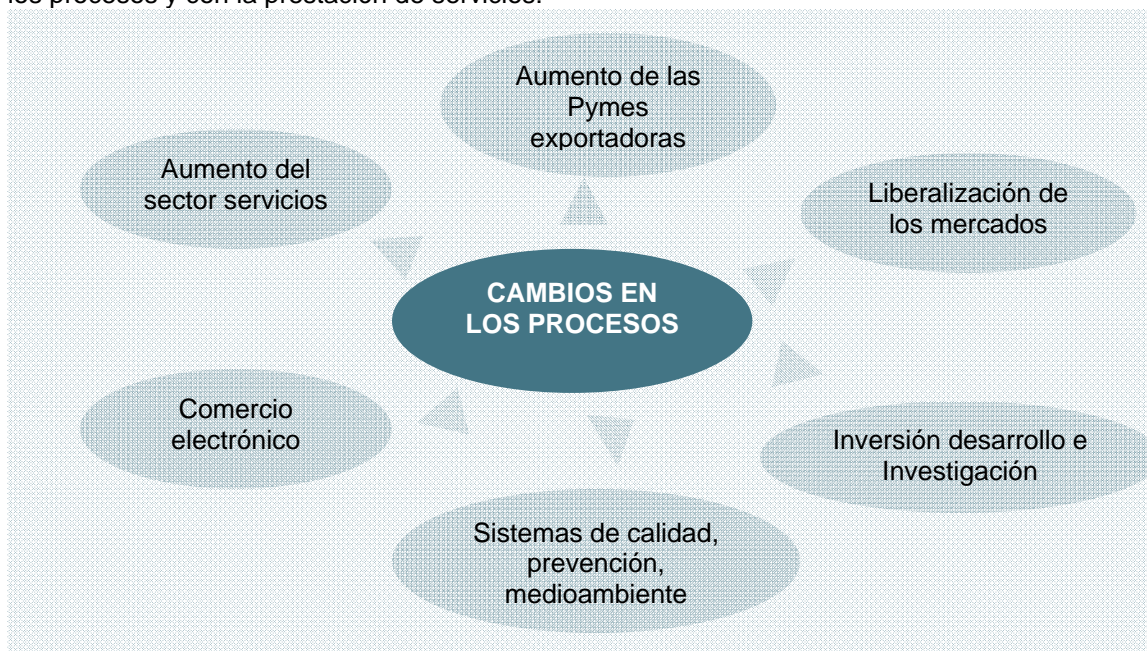
3.- Una vez llegado al acuerdo se desarrolla **el proceso de implantación**; es una fase que se suele producir rápidamente ya que son servicios intangibles.

Tradicionalmente, el comercio internacional de servicios se limitaba al uso de las **telecomunicaciones, del transporte internacional y de los servicios financieros**. Pero estos no son los únicos, **la OMC considera que los servicios se pueden agrupar de la siguiente forma:**

- **Servicios comerciales:** comprenden los servicios profesionales, los relacionados con las tecnologías de la información, de la investigación y del desarrollo.
- **Servicios de telecomunicaciones:** se entiende por telecomunicaciones a la transmisión y recepción de señales por cualquier medio electromagnético.
- **Servicios de construcción:** se pueden agrupar en esta clasificación las obras de ingeniería diseñadas por empresas nacionales llevadas a cabo en el extranjero.
- **Servicios de distribución y transporte:** son los servicios que prestan las empresas encargadas de retirar mercadería de las bodegas de una fábrica, adelantar los trámites de exportación en la aduana, colocar el producto en el medio de transporte seleccionado y luego hacerse cargo de su llegada al país de importación y nacionalizarlo.
- **Servicios de educación:** son aquellos que brinda una institución educativa a estudiantes extranjeros.

### Los cambios productivos y las innovaciones tecnológicas

A continuación se resumen los principales cambios previsibles en el sector, relacionados con los procesos y con la prestación de servicios:



Las empresas que comercializan en el exterior, así como aquellas que comienzan su andadura en este campo han de adaptarse a las nuevas condiciones del entorno. Tienen que hacer frente a la modernización, y a la puesta al día de sus estructuras y pautas de actuación, orientando fundamentalmente su empeño en **conseguir el incremento de su competitividad, la diversificación de productos y mercados, y la mejora de su gestión.**

Para poder conseguir estos objetivos las empresas tienen que afrontar una serie de cambios entre los que destacan los siguientes:

**La innovación tecnológica**, la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), es uno de los cambios previsibles en los próximos años en las empresas de comercio exterior. Esta innovación tecnológica permitirá aumentar la competitividad de las empresas y por tanto mejorar su rentabilidad económica.

Así mismo, las innovaciones tecnológicas son los principales cambios que prevén las empresas encuestadas realizar en los próximos años, seguido de **la modernización de la fábrica.**

**La apertura a nuevos mercados y la apertura de nuevas plantas**, se producirá especialmente entre las empresas que ya dispongan centros productivos o plantas en otros países; mientras que aumentará el número de Pymes que acceden a los mercados internacionales. Esto viene como respuesta a la **liberalización de los mercados.**

**Los expertos a nivel general prevén que el sector servicios** tanto en la Comunidad de Madrid, como a nivel nacional continuará expandiéndose a nivel internacional, generando de esta forma mayor valor añadido.

**El comercio electrónico, las nuevas aplicaciones de comercio internacional y nuevas herramientas de comunicación**, se usarán cada vez más, agilizando los intercambios comerciales.



**A medida que los negocios se hacen cada vez más internacionales, la comunicación entre los miembros de diferentes culturas se hace más importante.** Las empresas que no consigan adaptarse a estos cambios no podrán realizar intercambios comerciales de forma eficiente. Las empresas que consigan adaptarse a la cultura tendrán oportunidades de negocio más exitosas. Algunas diferencias que se deben tomar en cuenta incluyen: tipos de negocio; actitudes en la relación de negocios, puntualidad, estilos de negociación, y otros aspectos como: costumbres de hacer regalos, saludos, significado de gestos, significado de colores y números; así como costumbres relacionadas con los títulos.

Las empresas encuestadas consideran que la mayoría de los cambios que se producirán en un futuro cercano están ligados **a la calidad, medioambiente, prevención de riesgos laborales y cambios en la normativa.**

Otro de los aspectos importantes a tener en cuenta es **el incremento de la competencia exterior**, por lo que se considera necesario estar dotado de recursos humanos preparados para competir al mismo nivel. Un 34,3% de los encuestados indica que se producirá **un incremento de la competencia exterior y un 45,8% indica que crecerá la producción.**

Gran parte de los encuestados que señala que **se trasladará geográficamente la planta o centro productivo, o se producirá una apertura de los mercados**, son principalmente las empresas que disponen de centros de producción o de comercialización fuera de España.

En opinión de los expertos la externalización de los servicios, especialmente del transporte y logística, aumentará, de modo que se prevé un aumento de las empresas destinadas de forma específica a esta actividad.

La liberalización de los mercados produce un mayor intercambio de bienes y servicios, y al mismo tiempo las empresas tratan de mejorar sus procesos y costes productivos. Uno de los cambios en los procesos es el paso del transporte unimodal al transporte intermodal. Dentro de este tipo de transporte existen varias posibilidades: el **transporte combinado, el transporte segmentado y el transporte multimodal.** Este tipo de transporte requiere una persona que coordine todos los medios de transporte, los transitarios, o también denominados operadores logísticos. Además tiene ventajas importantes como: la disminución de costes de transporte, disminución de plazos al utilizar el sistema más rápido y fiable.

Las empresas tienen **una serie de motivos para lanzarse a la internacionalización, aunque también existe una serie de dificultades e inconvenientes.** A continuación se destacan los más señalados a lo largo del trabajo de campo realizado en el estudio

#### MOTIVOS:

- Saturación del mercado doméstico
- Aparición de mercados atractivos
- Acceso a mercados globales
- Diversificar riesgos
- Inversión directa: mano de obra más barata
- Ganar prestigio en el mercado doméstico
- Empresas creadas para exportar

#### DIFICULTADES:

- Falta de mentalidad y sensibilización
- Falta de experiencia
- Fuerte competencia exterior
- Falta de recursos humanos preparados
- Costes de transporte
- Competencia de nuevos productos industrializados
- Falta de financiación

**Factores críticos de la productividad**

- **Uso de las nuevas tecnologías y herramientas de comunicación**
- **I+D+i**
- **Valor añadido**
- **Precios: materias primas, transporte, infraestructuras, petróleo etc.**
- **Calidad de los recursos humanos: formación**
- **Formación para el empleo en las empresas**
- **Falta de mentalidad y estructura de las empresas para salir al mercado internacional**
- **Financiación**
- **Competencia internacional**
- **Situación geográfica**

A continuación se establecen los factores que tienen una mayor incidencia sobre la competitividad de las empresas del comercio exterior: En un mundo cada vez más globalizado, **el uso de las nuevas tecnologías**, cobra relevancia, y especialmente en el ámbito del comercio internacional donde **las nuevas herramientas de comunicación fomentarán una interacción más barata y accesible**.

Uno de los principales condicionantes para la evolución del sector, es competir en **valor añadido y en Investigación Desarrollo e investigación (I+D+i)**, puesto que los precios de mercado establecidos en los países emergentes son mucho menores que los españoles; ser competitivo en este ámbito cada vez es más complejo. **La tecnología es la solución para mejorar el servicio y gestionar mejor los recursos**.

Otro de los aspectos fundamentales dentro de los factores críticos de competitividad se fundamenta en la **calidad de los recursos humanos**. Deben tener conocimientos específicos en comercio exterior (aspecto descrito en el apartado 5.3. necesidades y demandas empresariales sobre el mercado de trabajo), así como **actitudes personales** relacionadas con la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, liderazgo, gestión de equipos, etc.

**Aparte de la calidad de los recursos humanos, la formación para el empleo** de los trabajadores en comercio internacional, puede entenderse como un factor crítico. Cuanto mejor formados estén los trabajadores mayor será su productividad, mejorará su capacidad competitiva y por consiguiente mejorará la calidad de los recursos humanos.

Otro condicionante de la competitividad de las empresas que comercializan internacionalmente **son los precios**: el coste de mano de obra, las infraestructuras, las materias primas, etc. en algunas ocasiones **la inversión directa** es el recurso más práctico cuando una empresa no puede competir en precios con otra procedente de países emergentes. Producir directamente en el lugar al que se destinan los bienes o servicios puede ser más rentable económicamente.

Según la encuesta de coyuntura a la exportación del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el principal factor que influye positivamente en la actividad exportadora es **la evolución de la demanda externa**. Mientras que los dos principales factores negativos para la actividad exportadora son el **precio de las materias primas, el precio del petróleo y la competencia internacional en precios**. Estos aspectos son considerados entre otros aspectos críticos de competitividad.

Otros expertos indican que **la falta de financiación, es un factor crítico para la internacionalización de las empresas**: obtener vías de financiación para acometer proyectos, tanto en España como apoyo a la internacionalización.

Un condicionante de la evolución del sector es la **falta de mentalidad y la estructura organizacional** de la empresa española, fundamentalmente formada por PYMES, este tipo de empresas **tienen mayores dificultades para adaptarse a los cambios y a las tendencias del mercado**. La formación en comercio exterior es una cuestión relevante en las pequeñas y medianas empresas para poder hacer de la PYME una empresa competente en el exterior.

### La competitividad internacional

La fuerte competencia internacional, especialmente de los países emergentes, con bajos costes de producción, suponen un aspecto a tener en cuenta a la hora de internacionalizar sus productos, puesto que para poder competir es necesario producir al menor coste y con la mayor calidad.

Los expertos consultados a lo largo del estudio señalan que la mayoría de las empresas pequeñas y medianas **no están concienciadas** para llevar a cabo una internacionalización del comercio; y que previa a la comercialización es necesario **estar sensibilizado** sobre los motivos que pueden fomentar la internacionalización de los servicios.

Para ello existen diferentes organismos públicos y también privados que facilitan a las Pymes los conocimientos básicos para realizar el acceso al comercio exterior. No obstante, en opinión de los expertos la mayoría de **las empresas no hacen uso de estas ayudas**.

Otro de los aspectos fundamentales para poder mejorar en competitividad de las empresas **es la realización de estudios para analizar los mercados**, analizar los costes, determinar la asunción de riesgos, determinar mercados objetivos, etc.

Una de las **particularidades de la Comunidad de Madrid**, residen en la lejanía de los puertos; muchos de los productos nacionales se distribuyen internacionalmente por barco, (las zonas costeras son más activas en comercio exterior), del mismo modo la disposición geográfica de España con respecto a otros países europeos encarece los costes de transporte. Por esta razón los expertos consultados afirman que no todos los productos son comercializables puesto que no son rentables:

Los expertos consultados a lo largo del estudio señalan que es necesario que la administración pública **apoye en mayor medida la internacionalización de la empresa**, a través de medios económicos, eliminando trabas administrativas, y fomentando a las empresas españolas que concursen en licitaciones internacionales.

**Por último cabe destacar la necesidad de aplicar los sistemas de gestión de prevención, medioambiente y calidad.**

### Tendencias económicas

En el presente apartado se recogen las tendencias y condicionantes más importantes en la evolución del sector del comercio exterior.

**La tendencia actual del comercio exterior gira en torno a los servicios**, puesto que la importación y exportación de mercancías en España disminuye en comparación con otros países emergentes como China e India. Como se puede observar en los primeros apartados del estudio, el crecimiento de estos países en comercio internacional ha sido muy elevado en un periodo corto de tiempo. No obstante, se observa una evolución ascendente hacia sectores que generan mayor valor añadido.

En España esta tendencia es menor con respecto a las potencias emergentes, aunque también se percibe un aumento de la comercialización de bienes y servicios de mayor valor añadido (especialmente por el aumento de las exportaciones de servicios).

La comercialización de los servicios, genera cada vez mayor importancia, debido entre otras cuestiones a que las empresas que realizan este tipo de procesos, **son más globales, más flexibles y la comercialización suele ser más directa**. De esta manera se generan beneficios más rápidos y en la mayoría de las ocasiones de mayor valor añadido.

Los expertos consultados a lo largo del estudio señalan que debido a la crisis económica que atraviesa el país muchas empresas que antes no habían iniciado el camino en la internacionalización, se sumergen ahora en esta actividad para mejorar su rendimiento económico. Para llevar a cabo esta inversión los expertos advierten que para ello es necesario una orientación y conocimiento de los mercados internacionales.

Gran parte de la importancia del sector servicios en la Comunidad de Madrid, residen en el **elevado número de empresas con sede social en la comunidad**.

Las previsiones “untap” y el Banco Mundial en sus estudios apuestan por el **sector servicios, el sector energético, las materias primas y a mayor distancia las manufacturas**.

Las grandes empresas del sector servicios que comercializan en el exterior pueden agruparse en los siguientes sectores:

Tendencias de la comercialización de los servicios		Comercio online
Turismo		
Logística y transporte internacional		
Telecomunicaciones		
Ingeniería		
Consultoría		
Construcción		
Energía		
Tendencias de la comercialización de los productos		
Productos agroalimentarios		

## 4. MODELO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA TIPO

### Índice

Las empresas de comercio exterior, son fundamentalmente grandes empresas y disponen de una estructura dirigida al comercio exterior encabezada por un director de comercio Internacional a través del cual se extiende toda una estructura de tipo administrativo u operativo que apoya en todo lo necesario al departamento de exportación. En las pequeñas y medianas empresas no existe un departamento de comercio exterior; normalmente reciclan a sus propios recursos humanos para realizar estas labores.

### Organigrama tipo: grandes empresas

A continuación se describen las áreas más importantes en una empresa con actividad internacional:

- **Investigación de mercados exteriores.** Para aumentar la competitividad de las empresas es necesario disponer de un departamento que investigue la situación del mercado internacional y orientar así sus estrategias comerciales. Debe tener relación con el resto de departamentos, especialmente con el de marketing internacional. El responsable del **área internacional** deberá conocer la situación y evolución de los mercados en los que opera la empresa o aquellos a los que desea expandir sus actividades.
- **Departamento de promoción o marketing internacional.** Consiste en la formulación, implantación y evaluación del plan de marketing internacional. Para llevar a cabo esta función se han de conocer con detalle los objetivos generales y particulares de la empresa en relación a su internacionalización. Se ha de tener un conocimiento exhaustivo de los productos o servicios que se comercializan, las capacidades de la empresa y el ámbito internacional en el que se desarrolla su actividad. Además, es importante mantener una relación fluida con el resto de departamentos funcionales, tales como producción, finanzas, comercial, investigación de mercados, etc.
- **Organización interna y externa.** Organización del departamento, estableciendo funciones y responsabilidades. Se debe llevar un control periódico de la red exterior de la empresa en función de las formas de entrada que se elijan para cada mercado. La organización del servicio postventa en cada mercado debe realizarse desde el departamento de marketing internacional.
- **Administración.** Esta actividad incluye todos los trámites relativos a la **operativa internacional**: condiciones de contratación, emisión de facturas, certificados de exportación, aduanas, cobros y pagos internacionales, etc., control de presupuestos; se exceptúa la gestión logística.
- **Logística.** Comprende la recepción y tramitación de pedidos, dando curso a las expediciones con todas las actividades de transporte para cada envío, el embalaje a utilizar, las condiciones del envío, el cumplimiento de los plazos de entrega, el control de inventarios y almacenes, etc.



Estas son las áreas más importantes que integran una empresa que comercializa en el exterior. Dependiendo del grado de integración (acceso a la exportación, consolidación, implantación comercial), de sus objetivos, perspectivas, funcionalidad de la empresa, dispondrá de una estructura diferente.

Habitualmente suele existir un **director de comercio internacional** (exportación o importación), asistido por un adjunto al director de comercio internacional. A partir de aquí existe toda una estructura de tipo administrativo u operativo que apoya en todo lo necesario al departamento de exportación.

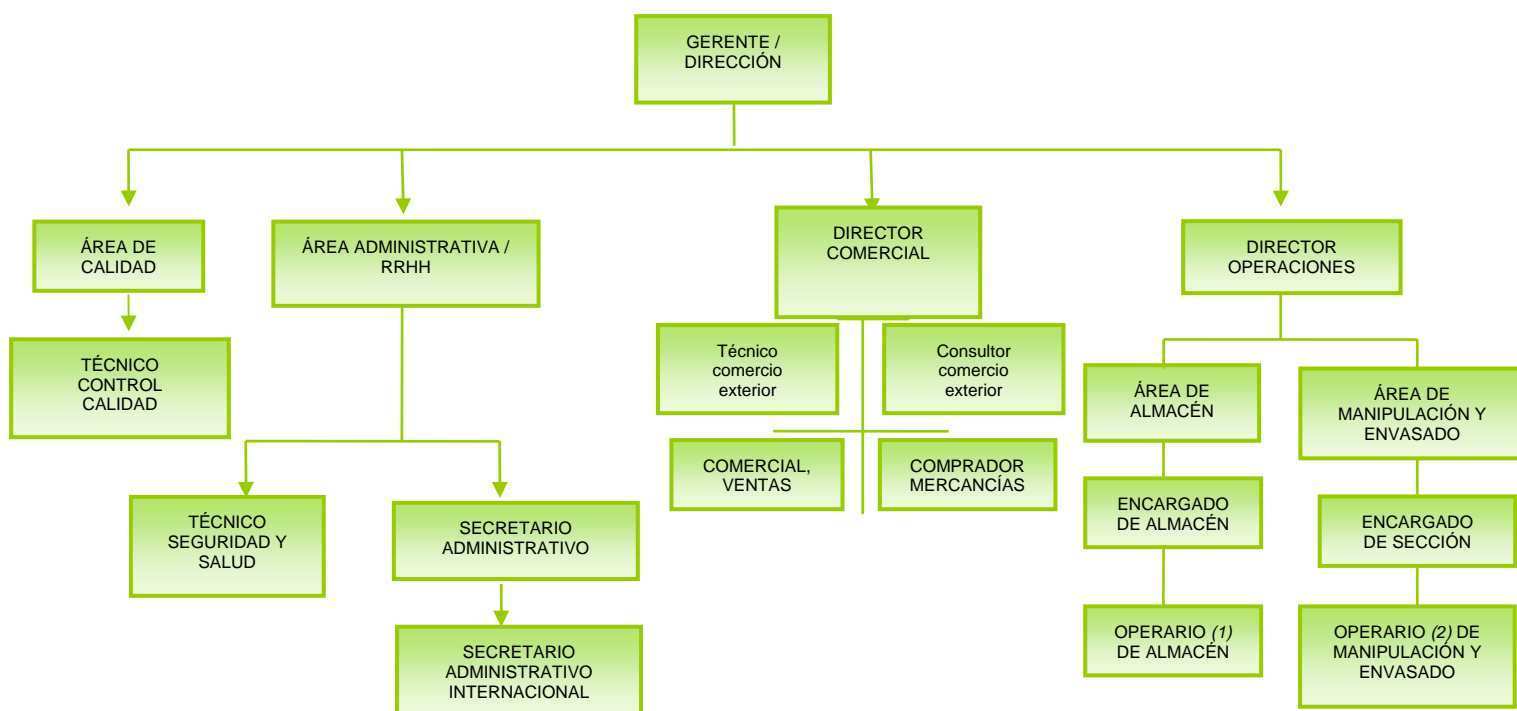
- El **director de comercio internacional** tiene diversas funciones que pueden concretarse en el establecimiento de un plan de ventas o compras y analizar los mercados (evolución del resto de países en su ámbito).
- El **técnico de comercio exterior**: lleva a cabo el plan de ventas o compras y establece las relaciones comerciales (representantes comerciales, agentes de compras, etc.).
- El **técnico administrativo**: lleva a cabo fundamentalmente todas las cuestiones administrativas pertinentes en la compra o venta internacional.

A partir de aquí pueden existir otras figuras como los **asesores financieros y analistas** (especialmente para las empresas que realicen inversión directa), **técnicos en finanzas**, un **área de recursos humanos**, **operadores de logística y transporte** (especialmente para encargarse de las operaciones de abastecimiento, distribución y afines, en aquellas empresas que se encarguen también de este proceso). En las grandes empresas la logística y el transporte suelen encargarse principalmente a empresas externas especializadas en estas tareas.

Así mismo existen también **organizadores de conferencias y eventos**, para fomentar el intercambio de productos o servicios.

Este organigrama muestra la estructura de una empresa que acaba de comenzar su andadura en el comercio internacional. Dispone de la estructura básica, con el departamento comercial, en el que suelen existir las figuras de director comercial y un técnico en comercio exterior. La administración de estos productos o servicios se encarga del departamento de administración y la parte logística el área de operaciones.

**Organigrama tipo de grandes empresas**



### Organigrama tipo: Pymes

En las pequeñas y medianas empresas que comercializan en el exterior por primera vez, no suelen disponer de un departamento específico de comercio internacional, sino que utilizan los recursos humanos disponibles para reciclarlos y ampliar sus competencias. Los expertos consultados a lo largo del estudio indican que este es uno de los factores críticos importantes para la internacionalización de la empresa (no disponer de recursos humanos capacitados para la internacionalización).

Las pequeñas y medianas empresas con cierta consolidación en los mercados internacionales, disponen de una estructura organizativa para el comercio exterior, en la que disponen **principalmente de un técnico en comercio exterior: normalmente agentes de compras o representantes comerciales y un administrativo que se encarga de la tramitación.**

#### Organigrama tipo de pequeñas y medianas empresas



## RESUMEN

Debilidades	Fortalezas
<p><b>Falta de mentalidad y sensibilización empresarial</b> de las PYMES. No existe cultura de exportación</p> <p><b>Falta de experiencia</b> de las Pymes</p> <p><b>Falta de recursos humanos</b> formados en comercio exterior.</p> <p>Desconocimiento de los mercados internacionales.</p> <p><b>Falta de modernización infraestructuras</b> en comparación con otros países europeos.</p> <p>España está situada en la periferia de Europa, aspecto que aumenta el coste del traslado de productos. <b>Coste de transporte.</b></p> <p>Riesgo de fracaso de las empresas que solo tienen un comprador.</p> <p>Comercialización de productos de <b>poco valor añadido.</b></p> <p><b>Falta de financiación e infraestructuras</b> de las empresas.</p>	<p>La situación actual de las empresas españolas internacionalizadas, especialmente de algunos sectores: telecomunicaciones, transporte internacional, turismo, alimentación y bebidas, etc.</p> <p>Muchos países extranjeros ven a España una zona estratégica para realizar IED</p> <p>El <b>libre comercio</b> y la bajada de aranceles.</p> <p>La Comunidad de Madrid, es un centro neurálgico importante que reúne a muchas sedes centrales de grandes empresas a partir del cual se realiza la distribución.</p> <p>La <b>confianza en los países europeos</b> para la comercialización.</p> <p>Los productos y servicios españoles ganan prestigio en el mercado europeo.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>El <b>crecimiento de países emergentes</b> como China, India, etc. dificultan la competitividad de las empresas españolas en los mercados internacionales.</p> <p>Normativa sanitaria, transitaria, normativa comercial, en determinados países, situación económica de cada país, aspectos culturales.</p> <p><b>Fuerte competencia exterior.</b> Competencia de nuevos productos industrializados. Falta de I+D+i respecto a otros países.</p>	<p>La crisis económica en España, supone una oportunidad para emprender negocios en otros países, especialmente para aquellas empresas que no vean salida comercial en España. <b>Saturación del mercado doméstico</b></p> <p>El <b>desarrollo del comercio electrónico</b>, así como las posibilidades que permite Internet para llegar al consumidor objetivo.</p> <p>El desarrollo de la <b>comercialización de servicios</b>, lo que supone mayor valor añadido y mayor riqueza para el país.</p> <p><b>El desarrollo de mercados atractivos</b></p> <p><b>Acceso a mercados globales</b></p>



## Debilidades

1.- Como se ha indicado a lo largo del estudio, la configuración empresarial de la Comunidad de Madrid, al igual que la de ámbito nacional, se basa en las Pymes. La **falta de mentalidad empresarial y la poca sensibilización hacia los mercados internacionales** dificultan el acceso al comercio exterior. Además la **falta de cultura empresarial** hacia este ámbito dificulta aun más el acceso al comercio internacional.

2.- La **falta de experiencia en mercados internacionales**, suponen una debilidad puesto que las empresas no apuestan por esta posibilidad: en la mayoría de las ocasiones por falta de recursos disponibles para acceder, así como por un desconocimiento de los mercados internacionales y de los trámites necesarios para convertirse en una empresa que opera en comercio exterior.

3.- Otra de las debilidades importantes es la **falta de recursos humanos capacitados** en comercio exterior. La mayoría de las empresas que comienzan a operar internacionalmente, trata de reciclar los recursos humanos de los que dispone para poner en marcha el acceso. En la mayoría de las ocasiones esto resulta insuficiente. Formación todavía insuficiente en todos los aspectos. Sobre todo en idiomas en un mundo cada vez más globalizado.

4.- La **falta de infraestructuras** en comparación con otros países europeos, debilita la competitividad de las empresas. Las infraestructuras relativas principalmente a carreteras, transporte y logística.

5.- La situación periférica de la península aumenta los costes de transporte a determinados lugares europeos situados al otro extremo.

6.- **Riesgo de quiebra de las empresas que solo tienen un comprador/vendedor en el exterior.** Diversificar riesgos teniendo más de un comprador o proveedor, es importante para poder mantenerse en el mercado en el momento en que uno de ellos falla.

7.- **La comercialización de productos de poco valor añadido.**

8.- **Falta de financiación e infraestructura de las empresas**, especialmente de las Pymes que no disponen de los recursos financieros y estructurales necesarios para el acceso a los mercados internacionales.

## Amenazas

1.- **El crecimiento de países emergentes** como China, India, etc., dificultan la competitividad de las empresas españolas en los mercados internacionales. Especialmente en los mercados de bienes, donde actualmente competir en precios resulta difícil (mano de obra y materia prima más barata, infraestructuras, etc.)

2.- La **creciente normativa** (sanitaria, transitaria, logística, comercial, etc.) en cada región económica y país, puede dificultar la comercialización de determinados bienes y servicios (ej. hasta hace poco tiempo no se podían exportar productos como el jamón a EEUU por su rigurosa normativa sanitaria). Los aspectos culturales y la falta de conocimiento de sus normas de protocolo, sociales, rangos, etc., puede dificultar los negocios internacionales.

3.- En una economía globalizada, la **competencia de los países cada vez es mayor**. La estrategias de las empresas para comercializar son cada vez más creativas e innovadoras, de modo que las empresas que quieran sobrevivir y ganar rentabilidad económica en este ámbito deberán competir en I+D+i.

### Fortalezas

- 1.- La **buena posición de algunos productos y servicios españoles en los mercados internacionales** (telecomunicaciones, transporte, ingeniería, turismo, etc.), supone mejorar la imagen y el prestigio de España en los mercados internacionales.
- 2.- La **confianza de los mercados europeos para comercializar productos**. Europa es nuestra principal aliada internacional para el intercambio de productos.
- 3.- El **libre comercio y la eliminación de aranceles** hacia determinadas economías aumenta el intercambio comercial.
- 4.- Los productos y servicios españoles **ganan prestigio** en el mercado europeo e internacional.
- 5.- La Comunidad de Madrid, es un centro neurálgico importante que reúne a muchas sedes centrales de grandes empresas a partir del cual se realiza la distribución.

### Oportunidades

- 1.- La **saturación del mercado doméstico**, supone la oportunidad de emprender nuevos negocios en otros países.
- 2.- El **desarrollo de nuevas herramientas de comercialización y comunicación**, puede mejorar las oportunidades en el mercado internacional, mejorando las estrategias de marketing y llegando a lugares no accesibles hasta el momento.
- 3.- El **acceso a mercados globales**, permite conocer mercados atractivos y nuevas oportunidades de negocio. Un factor importante en el acceso a los mercados globales es la creciente internacionalización del comercio, favorecida por el progreso técnico (transporte, comunicaciones, informática...) e institucionalizado mediante el establecimiento y consolidación de acuerdos bilaterales y multilaterales.

### **III. CONFIGURACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, NACIONAL Y DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

**Índice**

---

## 5. SITUACIÓN Y EMPLEO EN EL SECTOR DE ACTIVIDAD

### Índice

Un 23,0% de los afiliados a la Seguridad Social en la Comunidad de Madrid, se dedican a actividades inmobiliarias y de alquiler o servicios empresariales, y un 17,2% se dedican a la actividad comercial, ambas actividades configuran el 40,2% de afiliados en la Seguridad Social en la Comunidad de Madrid. El sector servicios registra los mayores niveles de empleo en la Comunidad de Madrid y las mayores tasas de desempleo pertenecen a este sector (70,1%).

La mayoría de los parados tanto en la Comunidad de Madrid, como a nivel nacional se encuentra entre quienes buscan su primer empleo o han dejado su último empleo hace más de 1 año.

Los mayores niveles de paro se registran entre aquellos que han finalizado la segunda etapa de la Educación Secundaria (31,9%), estudios universitarios superiores (excepto doctorado) (26,5%) y la primera etapa de la Educación Secundaria (26,0%). Asimismo, **más de la mitad de los desempleados se encuentran en el intervalo de edad de 25 a 35 años (58,1%)**.

El coste laboral total del sector comercial en nuestro país se sitúa en 1.549,89 €. No obstante, se encuentra por debajo de la media del sector al que pertenece (servicios), así como del resto de sectores (industria y construcción).

El salario promedio del trabajador en comercio internacional se encuentra por encima de los trabajadores del mercado doméstico. La facturación de las empresas que comercializan en el exterior también es mayor, así como su dimensión. La tasa de temporalidad es menor, puesto que las condiciones laborales son mejores y el empleo es más estable. El gasto en formación y la inversión en I+D+i también es mayor.

### Nivel de cualificación de los trabajadores necesidades empresariales y de los trabajadores

Como se ha venido diciendo a lo largo del estudio, los trabajadores de comercio exterior disponen de un mayor nivel formativo y son empleos más cualificados.

**Las labores de carácter más intelectual, como negociación o consultoría, suelen desarrollarla trabajadores con formación universitaria y especializados en comercio exterior** (master, cursos, experiencia laboral, etc.). Mientras que las labores administrativas suelen ser desempeñadas por trabajadores con Formación Profesional.

En líneas generales, los organismos públicos encuentran que las empresas no reconocen como factor importante **el déficit formativo** respecto a otros países, **no son conscientes de esta necesidad formativa, ni de su importancia para el desarrollo de las empresas. Las empresas españolas están menos formadas en comercio exterior que los competidores.**

En los últimos diez años, las tendencias del comercio exterior se han basado en un **proceso de globalización** que ha generado un importante cambio competitivo, aumentando la competitividad entre los países. Estos cambios implican nuevas necesidades relacionadas con la **logística internacional, legislación internacional, el desarrollo de la formación de proyectos de comercio exterior, conocimiento de procesos aduaneros, el comercio electrónico, técnicas de negociación, etc.**

Las empresas actualmente demandan personal en dos ámbitos diferentes, los titulados universitarios, y los titulados de Formación Profesional. Para cada uno de ellos las empresas demandan una serie de competencias:

#### Negociación y venta:

- Titulación universitaria
- Idiomas (Inglés principalmente)
- Técnicas de negociación
- Protocolo, cultura
- Movilidad geográfica
- Técnicas de negociación
- Actitudes personales
- Finanzas
- Nuevas tecnologías
- 8-10 años en el sector

#### Temas administrativos y burocráticos:

- Título de formación Profesional
- Idiomas (principalmente inglés)
- Nuevas tecnologías
- Logística y transporte
- Mayor especialización en procesos administrativos
- 2-3 años en el sector

Además de esto, cada vez se demandan en mayor medida técnicos polifuncionales, que realicen diversas funciones y conozcan todo el proceso.

Las necesidades formativas que los expertos han detectado en los trabajadores españoles se centran principalmente en:

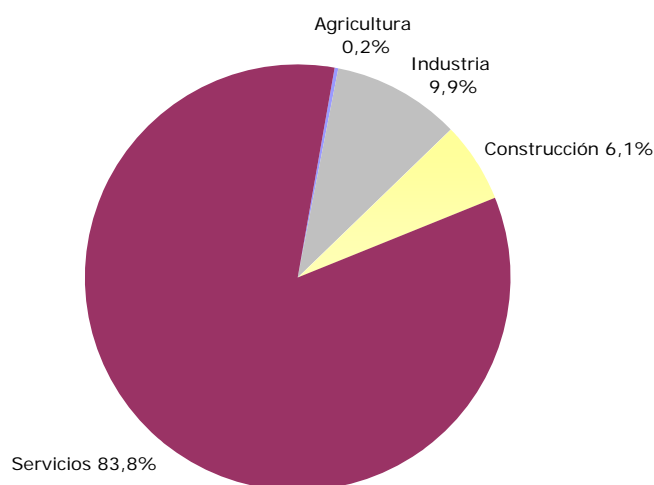
- Idiomas Inglés y un segundo idioma de los países más emergentes (China)
- Investigación de mercados
- Logística y transporte
- Técnicas de negociación
- Temas administrativos específicos
- Banca, finanzas, seguros
- Protocolo, cultura

## 6. CONFIGURACIÓN OCUPACIONAL DEL SECTOR

### Índice

Como se viene diciendo a lo largo del estudio, en la Comunidad de Madrid priman principalmente las actividades comerciales de servicios, por esta razón la estructura ocupacional estará conformada en su gran mayoría por ocupaciones relacionadas con este sector. En el siguiente gráfico se puede observar la distribución del empleo por sectores en el último trimestre del 2010 para la Comunidad de Madrid. Más de ocho de cada diez asalariados se encuentran ubicados en el sector servicios (83,8%).

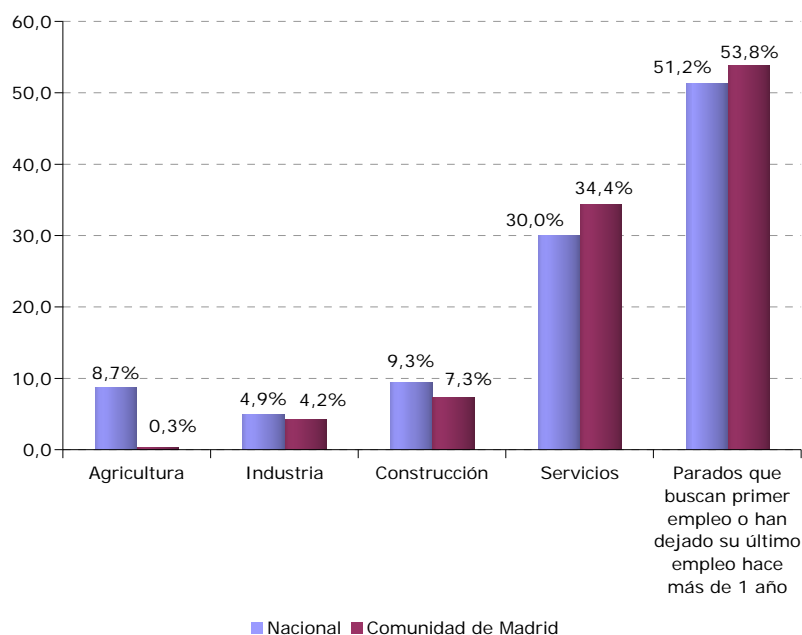
**Gráfico 6.4.1. Asalariados por sector económico Comunidad de Madrid**



Fuente: Encuesta de Población Activa. Cuarto trimestre de 2010. Instituto Nacional de Estadística

Como se puede observar en el siguiente gráfico se advierte que el porcentaje de número de parados en la Comunidad de Madrid en el sector servicios, es 4 puntos porcentuales superior a la media nacional. Mientras que en la agricultura y en la construcción, la proporción de parados es superior en el ámbito nacional.

**Gráfico 6.4.2. Parados por sector económico y comunidad autónoma.**



Fuente: Encuesta de Población Activa. Tercer trimestre de 2010. Instituto Nacional de Estadística

Los peones del transporte y los descargadores, los representantes del comercio y técnicos de venta, los taxistas y conductores de automóviles y furgonetas, los secretarios y administrativos, los conductores de camiones y la dirección de departamentos de comercialización y ventas, son las ocupaciones relacionados con el comercio exterior que, más parados registra y en la mayoría de las ocasiones un mayor número de contratos.

**Tabla 6.4.1. Información del mercado de trabajo por ocupación. 2010.**

	Comunidad de Madrid		Nacional
	Parados	Contratos	Contratos 2010
Agente de aduanas	21	0	140
Agente de compras	1.366	44	10.727
Agentes de viajes	627	75	3.828
Conductores de autobuses y tranvías	776	236	51.676
<b>Conductores de camiones</b>	<b>4.575</b>	<b>993</b>	<b>85.118</b>
Conductores de maquinaria de movimientos de tierras y equipos similares	1.716	72	29.483
Consignatarios	1	1	101
Dirección del departamento de operaciones en empresas de comercio de 10 o más asalariados	77	15	643
Dirección del departamento de operaciones en empresas de intermediación y servicios a otras empresas de 10 o más asalariados	391	15	657
Dirección del departamento de operaciones en empresas de transporte almacenamiento y comunicaciones de 10 o más asalariados	361	16	2.374
Dirección de departamentos de abastecimiento y distribución	342	11	770
Dirección de departamentos de administración y finanzas	926	79	5.156
<b>Dirección de departamentos de comercialización y de ventas</b>	<b>2.880</b>	<b>150</b>	<b>8.329</b>
Dirección de departamentos de investigación y desarrollo	146	16	928
Dirección de departamentos de publicidad y relaciones públicas	255	20	872
Empleados de agencias de viajes	929	80	7.595
Empleados de control y abastecimiento de inventario	720	291	33.507
Empleados de oficina de servicio de transporte	547	177	14.292
Empleados de oficina de servicios estadísticos financieros y bancarios	1.003	728	33.842
Encargados de montadores	32	23	1.426
Gestores de aduanas	6	2	62
Operadores de carretillas elevadoras	1.262	269	37.492
Operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales	1.315	136	71.498
<b>Peones del transporte y descargadores</b>	<b>16.405</b>	<b>6.842</b>	<b>422.487</b>
<b>Representantes del comercio y técnicos de venta</b>	<b>9.504</b>	<b>3.047</b>	<b>138.795</b>
<b>Secretarios administrativos y similares</b>	<b>5.388</b>	<b>2.035</b>	<b>122.756</b>
<b>Taxistas y conductores de automóviles y furgonetas</b>	<b>8.079</b>	<b>1.531</b>	<b>104.210</b>
Técnicos de empresas y técnicos de actividades turísticas	1.740	197	14.421

Fuente: observatorio de las ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal.

A continuación se describen las áreas que en opinión de los expertos consultados crecerán en un futuro, debido al desarrollo del comercio internacional en la Comunidad de Madrid.

- Comercial (departamento internacional, expansión del negocio)
- Producción(pedidos de clientes extranjeros)
- Logística
- Administración
- Marketing
- I+D+i

El crecimiento de estas áreas implicará un incremento de las ocupaciones relacionadas; a continuación se describen las ocupaciones que van a crear empleo, aquellas que van a ser emergentes o nuevas, las que son de difícil cobertura:





*“Toda la estructura de la empresa que comercializa en el extranjero es un nicho de empleo porque se necesita desarrollar los departamentos clásicos de una empresa especializados en comercio exterior”. (Entrevista en profundidad: organismo público).*

*Actualmente las empresas demandan profesionales de aseguradoras de riesgo u operadores logísticos, en transitarias, en consignatarias, en navieras, en compañías aéreas en carga de mercancías porque tienen la tramitación del paso de mercancías. (Entrevista en profundidad: organismo público).*

#### Ocupaciones que van a crear empleo:

- **Directores comerciales y de ventas:** Definen e implantan la política y estrategia global de exportación en coordinación con la dirección comercial y marketing de acuerdo con los objetivos de la empresa. Es necesario disponer de una serie de capacidades:
  - Capacidad de análisis.
  - Habilidad de negociación.
  - Dirección de equipos.
  - Orientación al cliente.
  - Capacidad de trabajo.
  - Capacidad para la toma de decisiones.
  - Iniciativa, dinamismo y tenacidad.



➤ **Representantes comerciales**

- **Profesionales de venta de tecnología de la información y las comunicaciones.** Debido al crecimiento de la internacionalización de la actividad comercial de los servicios, los expertos consultados a lo largo del estudio, indican que esta ocupación generará empleos.

- **Consultores de comercio exterior/técnicos de investigación de mercados especializados en comercio internacional:** Esta ocupación es considerada por los expertos fundamental para el acceso a la internacionalización. Es necesaria una figura que oriente a las empresas en los posibles mercados exteriores donde poder comercializar productos o servicios. Esta representación se ve especialmente necesaria en las pequeñas y medianas empresas donde no disponen de recursos humanos con la cualificación necesaria para realizar estas funciones.

*Las Pymes no tienen la estructura básica ni recursos humanos familiarizados con los mercados internacionales para salir. No se puede salir a ciegas. Esta primera salida debe hacerse de la mano de expertos, autorizada, asistida que ayuden a realizar estudios de mercado. (Entrevista en profundidad: organismo público)*

- **Agentes de compras/ventas internacionales:** La tendencia del comercio exterior en España es hacia la expansión de los mercados (industria de alimentación y bebidas, en nuevos países, exportación de servicios hacia nuevas regiones), lo que hace imprescindible la figura del representante comercial con un nivel formativo alto, adaptado a las necesidades del mercado.

- **Administrativos:** la gestión de la compra/venta, es una actividad que aumentará puesto que la tendencia del comercio exterior en España es al alza, de modo que las actividades que requieran la tramitación de productos o servicios continuará generando empleo, aunque muchas de estas tareas gracias al uso de las tecnologías se minimizan.

*“El salto tecnológico, las posiciones administrativas en la empresa están minimizadas, menos del 10% de la plantilla de la empresa se dedica a tareas administrativas”. (Entrevista en profundidad: empresa)*

- **Empleados de logística y transporte: la actividad de conductor profesional es una de las ocupaciones que más han crecido en los últimos 10 años y que además no tienen desempleo asociado.** En el año 2009, la tasa de desempleo suponía el 8,8%, muy por debajo del resto de la economía. Seguirán generando empleo entre otras cosas a la necesidad de relevo generacional (la edad media de los trabajadores se sitúa en los 40,5 años). Otra de las cuestiones importantes es la liberalización del mercado en Europa (nuestro primer lugar de origen y destino) que permite trasladar mercancías sin fronteras, adunas.

La profesionalización cada vez mayor de la actividad de camionero junto con la reducción de costes que supondría para las empresas españolas contratar camioneros en origen en lugar de en destino hace que esta actividad sea clave para las empresas españolas.

#### Ocupaciones emergentes y nuevas:

- **Expertos en comercio online:** *aunque siempre ha sido un perfil emergente lo sigue siendo porque se siguen demandando por el crecimiento del sector (entrevista en profundidad: sindicato)*
- **Expertos en gestión de proyectos multilaterales:** Actualmente una de las ocupaciones emergentes que los expertos indican que genera empleo es la gestión de proyectos multilaterales, puesto que actualmente no existe este perfil, aunque cada vez se demanda en mayor medida: *Como presentar propuestas a los organismos internacionales como son el Banco Mundial. Las empresas españolas no están accediendo a estas ofertas laborales. (Entrevista en profundidad: centro formativo)*

*“No existen profesionales que dominen las licitaciones y contratos multilaterales.”  
(Grupo de discusión 2)*

- **Abogados expertos en comercio internacional.** Con el aumento de la comercialización de bienes y de servicios será necesario figuras transversales al sector como determinados especialistas como los abogados.
- **Experto en proyectos multilaterales:** Algunos expertos consultados en el estudio consideran que es necesario poder optar a las licitaciones públicas de carácter europeo. Para ello es necesario que una persona con dotes comerciales y de investigación de mercados se dedique a esta labor.

*“Como presentar propuestas a los organismos internacionales como son el Banco Mundial. Las empresas españolas no están accediendo a estas ofertas laborales”.  
(Entrevista en profundidad: centro formativo)*

- **Gestor de aduanas**

#### **Ocupaciones en recesión:**

- **Agentes de aduanas:** *van a tender a desaparecer, ya que la figura que tiene ver con la acreditación pública por parte del Estado para presentar documentación, tiende a decrecer y cualquier persona podrá presentarla, de modo que el gestor de aduanas será el que recopile la información y la presente. (Entrevista en profundidad: asociación empresarial)*

## 7.- LAS OCUPACIONES Y PERFILES PROFESIONALES EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS

### Índice

Para realizar una descripción de las ocupaciones que configuran el sector del comercio, se han utilizado tres clasificaciones oficiales y en vigor: Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-2011), (SISPE) Sistema de Información de Servicios Públicos de Empleo y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO-08).

**En el presente estudio solo se tienen en cuenta los grupos 1, 2, 3, 4, 8 y 9 de la CNO-2011.** Se han definido 26 ocupaciones. A continuación se relacionan las principales ocupaciones del sector comercio exterior, según la CNO-2011.

	CNO2011	Comercio exterior
<b>Dirección</b>	1221	Directores comerciales y de ventas
	1223	Directores de investigación y desarrollo
	1211	Directores financieros
	1431	Directores y gerentes de empresas de comercio al por mayor
	1432	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor
<b>Finanzas</b>	2612	Asesores financieros y en inversiones
	2613	Analistas financieros
	3401	Profesionales de apoyo e intermediarios de cambio, bolsa y finanzas
<b>Comercial</b>	3510	Agentes y representantes comerciales
	2651	Profesionales de la publicidad y la comercialización
	3522	Agentes de compras
	3532	Organizadores de conferencias y eventos
	4421	Empleados de agencias de viajes
	3623	Profesionales de apoyo de las administraciones públicas de servicios de expedición de licencias
	3629	Otros profesionales de apoyo de las administraciones públicas para tareas de inspección y control y tareas similares
	4113	Empleados de oficina de servicios estadísticos, financieros y bancarios
	4122	Empleados de oficina de servicios de apoyo a la producción
	3531	Representantes de aduanas
<b>Logística</b>	3523	Consignatario
	4121	Empleados de control de abastecimientos e inventario
	4123	Empleados de logística y transporte de pasajeros y mercancías
<b>Transporte y almacén</b>	8333	Operadores de carretillas elevadoras
	8332	Operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales
	841	Conductores de automóviles, taxis y furgonetas
	843	Conductores de camiones
	9811	Peones del transporte y descargadores (excepto reponedores)

**Ir a Anexo I: FICHAS TÉCNICAS DEL PERFIL PROFESIONAL**

Entre las ocupaciones más destacadas se encuentran:

**Director de Marketing internacional:** Para este puesto es necesario poseer una amplia experiencia en puestos con grandes responsabilidades como Director Comercial o Director de Exportaciones. Este perfil ha de contar con:

#### HABILIDADES

- Capacidad de análisis
- Perspectiva estratégica
- Creatividad
- Orientación al cliente.

#### FUNCIONES

- Elaboración del Plan estratégico de la empresa
- Control de los presupuestos de marketing.
- Promoción de los mercados internacionales.
- Coordinación de los Exports Areas Managers.
- Control de la red de ventas exterior.

**Director de exportaciones:** ha de ser un profesional con una sólida formación universitaria, preferentemente en el área económica y ha de tener una formación complementaria en comercio y en marketing internacional. Esta opinión es más evidente en la medida que la empresa tiene un mayor tamaño.

#### IDIOMAS

- Inglés
- Francés
- Alemán
- Italiano
- Ruso

#### CONOCIMIENTOS

- Técnicas de Comercio Exterior
- Técnicas de Negociación
- Protocolo Internacional
- Fiscalidad Internacional
- Financiación Internacional
- Contratación Internacional
- Marketing Internacional

Como se viene diciendo a lo largo del estudio, en la Comunidad de Madrid priman principalmente las actividades comerciales de servicios, por esta razón la estructura ocupacional estará conformada en su gran mayoría por ocupaciones relacionadas con este sector. Así, **más de ocho de cada diez asalariados de la Comunidad de Madrid se encuentran ubicados en el sector servicios (83,8%).**

En cuanto a las cifras de desempleo, el porcentaje de parados en el sector servicios, es cuatro puntos porcentuales superior en la Comunidad de Madrid que en el ámbito nacional, siendo las ocupaciones relacionadas con el comercio exterior que más parados registran los peones del transporte y los descargadores, los representantes del comercio y técnicos de venta, los taxistas y conductores de automóviles y furgonetas, los secretarios y administrativos, los conductores de camiones y la dirección de departamentos de comercialización y ventas.

Las áreas que en opinión de los expertos consultados crecerán en un futuro, debido al desarrollo del comercio internacional en la Comunidad de Madrid son:

- Comercial (departamento internacional, expansión del negocio)
- Producción (pedidos de clientes extranjeros)
- Logística
- Administración
- Marketing
- I+D+i

A continuación se describen las ocupaciones que van a crear empleo, aquellas que van a ser emergentes o nuevas, las que son de difícil cobertura:

**Ocupaciones que van a crear empleo:**

- Directores comerciales y de ventas
- Representantes comerciales
- Profesionales de venta de tecnología de la información y las comunicaciones.
- Consultores de comercio exterior/técnicos de investigación de mercados especializados en comercio internacional:
- Agentes de compras/ventas internacionales
- Administrativos:
- Empleados de logística y transporte

**Ocupaciones emergentes y nuevas:**

- Expertos en comercio online:
- Expertos en gestión de proyectos multilaterales
- Abogados expertos en comercio internacional
- Experto en proyectos multilaterales
- Gestor de aduanas

**Ocupaciones en recesión:**

- Agentes de aduanas:

A pesar de que no exista una secuencia exacta en cada uno de los estados, en el estado de acceso a la exportación si que existen fases o procesos para realizar la comercialización. A continuación se resumen los puestos de trabajo más relevantes en cada una de las fases:

	Acceso a la comercialización	Perfil profesional	
↻	Estudio de mercado	Consultor/Directivo	Consultor
↻	Selección de mercado	Consultor/Directivo	
↻	Contacto con el exterior	Comerciales/agentes de compras	
↻	Acuerdo de compra-venta	Administrativos/Agentes de compras	
↻	Tramites de aduana	Agentes de Aduanas/administrativos	
↻	Reservar el medio de transporte	Administrativos /comerciales	
↻	Contratar el seguro	Administrativos	
↻	Cargar la mercancía/Traslado	Peones/operadores de carretillas	
↻	Despacho aduanero	Agentes de aduanas/administrativos	
↻	Reservar el medio de transporte	Administrativos/transportistas	

A continuación, se describen las ocupaciones más relevantes en cada uno de los procesos para el acceso a la comercialización:

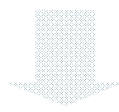
**Acceso a la comercialización**

**Estudio de mercado/selección de mercado:** en ambas fases se trata de identificar y definir las oportunidades y los problemas del mercado internacional, para generar un objetivo exterior y evaluar el mercado existente, así como las posibilidades de internacionalización.

Esta fase requiere de personal muy cualificado:

En esta fase intervienen una serie de ocupaciones que se agrupan en las siguientes:

### Estudio de mercado/selección del mercado



1121 *Directores comerciales y de ventas*  
 1123 *Directores de investigación y desarrollo*  
 1225 *Directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines*  
 1226 *Directores de empresas de transporte y logística*  
 1260 *Directores de sucursales de bancos, de servicios financieros y de seguros*  
 1510 *Gerentes de empresas de comercio al por mayor*  
 1520 *Gerentes de empresas de comercio al por menor*  
 2412 *Asesores financieros y en inversiones*  
 2413 *Analistas financieros*  
 3211 *Intermediarios de cambio, bolsa y finanzas*  
 3222 *Representantes comerciales*  
 2431 *Profesionales de la publicidad y la comercialización*  
 3223 *Agentes de compras*  
 3232 *Organizadores de conferencias y eventos*

**Contacto con el exportador/importador:** toma de contacto a través del cual se establecen los mecanismos de compra-venta.

**Acuerdo de compra-venta:** una vez seleccionado el mercado hacia el que nos vamos a dirigir, se establecen las formas a través del cual se llega a un compromiso.

### Acuerdo de compra-venta



1121 *Directores comerciales y de ventas*  
 1225 *Directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines*  
 1226 *Directores de empresas de transporte y logística*  
 1260 *Directores de sucursales de bancos, de servicios financieros y de seguros*  
 1510 *Gerentes de empresas de comercio al por mayor*  
 1520 *Gerentes de empresas de comercio al por menor*  
 2412 *Asesores financieros y en inversiones*  
 2413 *Analistas financieros*  
 3211 *Intermediarios de cambio, bolsa y finanzas*  
 3211 *Intermediarios de cambio, bolsa y finanzas*  
 3222 *Representantes comerciales*  
 2431 *Profesionales de la publicidad y la comercialización*  
 3223 *Agentes de compras*  
 3232 *Organizadores de conferencias y eventos*  
 3312 *Secretarios administrativos y ejecutivos*



**Trámites de aduana:** una vez iniciado el proceso de comercialización internacional, en algunos casos dependiendo del país de origen o destino, se clasifica la mercancía por capítulo arancelario y se producen una serie de trámites administrativos. (Sólo en caso que mercancías)

#### Tramites de aduana

3222 Representantes comerciales  
 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización  
 3223 Agentes de compras  
 3312 Secretarios administrativos y ejecutivos  
 3321 Agentes de aduanas y fronteras  
 3324 Profesionales de apoyo de las administraciones públicas de servicios de expedición de licencias  
 3329 Otros profesionales de apoyo de las administraciones públicas para tareas de inspección y control  
 4022 Empleados de oficina de servicios de producción  
 3231 Gestores de aduanas  
 3224 Consignatario  
 4021 Empleados de control de abastecimientos e inventario  
 4023 Empleados de logística y transportes

**Reservar el medio de transporte/ contratar el seguro:** Antes de intercambiar la mercancía, se debe contratar el medio de transporte así como el seguro. (Sólo en caso que mercancías)

#### Reservar el medio de transporte/contratar el seguro

3222 Representantes comerciales  
 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización  
 3223 Agentes de compras  
 3312 Secretarios administrativos y ejecutivos  
 452 Empleados de agencias de viajes, recepcionistas de hoteles y telefonistas  
 4022 Empleados de oficina de servicios de producción  
 3224 Consignatario  
 4023 Empleados de logística y transportes

**Cargar la mercancía/traslado:** Una vez realizados los trámites administrativos necesarios para la compraventa de bienes, se produce el intercambio. (Sólo en caso que mercancías)

#### Cargar la mercancía/traslado

8243 Operadores de carretillas elevadoras  
 8242 Operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales  
 8310 Conductores de automóviles, taxis y furgonetas  
 8330 Conductores de camiones  
 9901 Peones del transporte y descargadores (excepto reponedores)

**Despacho aduanero** Una vez recibida la mercancía y antes del traslado, se realizan nuevamente trámites aduaneros. (Sólo en caso que mercancías)

#### Despacho aduanero

3222 Representantes comerciales  
 3223 Agentes de compras  
 3312 Secretarios administrativos y ejecutivos  
 3321 Agentes de aduanas y fronteras  
 3324 Profesionales de apoyo de las administraciones públicas de servicios de expedición de licencias  
 3329 Otros profesionales de apoyo de las administraciones públicas para tareas de inspección y control  
 4022 Empleados de oficina de servicios de producción  
 3231 Gestores de aduanas  
 3224 Consignatario  
 4021 Empleados de control de abastecimientos e inventario  
 4023 Empleados de logística y transportes

**Reservar el medio de transporte:** Para poder trasladar la mercancía del lugar donde ha llegado hasta su destino final, es necesario nuevamente reservar el medio de transporte. (Sólo en caso que mercancías).

#### Reservar el medio de transporte

3222 Representantes comerciales  
 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización  
 3223 Agentes de compras  
 3312 Secretarios administrativos y ejecutivos  
 452 Empleados de agencias de viajes, recepcionistas de hoteles y telefonistas  
 4022 Empleados de oficina de servicios de producción  
 3224 Consignatario  
 4023 Empleados de logística y transportes

**Traslado hasta lugar de destino:**

#### Traslado hasta lugar de destino

8243 Operadores de carretillas elevadoras  
 8242 Operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales  
 8310 Conductores de automóviles, taxis y furgonetas  
 8330 Conductores de camiones  
 9901 Peones del transporte y descargadores (excepto reponedores)



**En la fase de consolidación del mercado** intervienen además de la directiva de la empresa, agentes o representantes contratados en destino, operadores logísticos, comerciales expertos en técnicas de venta y de compra en cada uno de los mercados a los que se dirige, expertos con conocimientos específicos de investigación de mercados pero aplicado al comercio internacional, conocimiento de las variables a investigar, administrativos, Consignatario Empleados de control de abastecimientos e inventario Empleados de logística y transportes, etc.

En la fase de **implantación comercial** intervienen nativos comerciales y técnicos comerciales formados con las pautas del concepto empresarial. Es decir una vez que se ha implantado comercialmente una empresa en otro país, se necesitan agentes de compras, y representantes comerciales con conocimientos específicos y la cultura de la empresa que se pretenda instaurar.

**Para la inversión directa en el extranjero** deben ser profesionales con amplísima experiencia en compañías o directores de empresas en el área internacional, al mismo tiempo necesitan saber gestionar una sociedad. Intervienen además de los directores de las empresas, asesores financieros y en inversiones, analistas financieros Intermediarios de cambio, bolsa y finanzas, Representantes comerciales.

## RESUMEN

Debilidades	Fortalezas
<p>Déficit de formación de las empresas Pymes que comienzan a acceder a los mercados internacionales.</p> <p>Falta de especialización en el sector</p> <p>Falta de mentalidad, sensibilización y cultura empresarial para contratar personal formado.</p> <p>Falta de conocimiento en idiomas.</p> <p>Déficit en técnicas de negociación, protocolo, logística, finanzas en el ámbito internacional.</p>	<p>Actualmente existe demanda formativa de comercio exterior tanto de Formación Profesional como de Titulaciones universitarias.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>A nivel internacional, disponen de recursos humanos formados en comercio exterior.</p> <p>Los profesionales de comercio internacional en otros países disponen de mayor dominio de idiomas</p> <p>Elevada competitividad en el mercado</p>	<p>El comercio representa un peso importante en la Comunidad de Madrid.</p> <p>La Comunidad de Madrid como centro neurálgico de sedes de grandes empresas, así como de distribución de mercancía.</p> <p>Demanda de nuevos perfiles profesionales.</p>

## Debilidades

Déficit de formación de las empresas Pymes que comienzan a acceder a los mercados internacionales. Muchas de las Pymes tienen este déficit formativo debido principalmente a la falta de financiación para este tipo de actividades. No existe un área destinada a la comercialización internacional.

Falta de especialización del sector. Faltan especialistas en sectores específicos de comercio exterior.

Falta de mentalidad y cultura empresarial en el ámbito internacional.

Falta de conocimiento en idiomas.

Déficit en técnicas de negociación, protocolo, logística, finanzas en el ámbito internacional.

### **Amenazas**

A nivel internacional, disponen de recursos humanos formados en comercio exterior.

Los profesionales de comercio internacional en otros países disponen de mayor dominio de idiomas.

Elevada competitividad en el mercado.

### **Fortalezas**

Actualmente existe demanda formativa de comercio exterior tanto de Formación Profesional como de Titulaciones universitarias. Es un sector al alza en términos de recursos humanos, los expertos consultados a lo largo del estudio indican que existe una gran demanda formativa, y que el sector puede seguir absorbiendo trabajadores en este ámbito.

### **Oportunidades**

El comercio representa un peso importante en la Comunidad de Madrid.

La Comunidad de Madrid como centro neurálgico de sedes de grandes empresas, así como de distribución de mercancía.

Demanda de nuevos perfiles profesionales.

Las **oportunidades** se encuentran en los **nuevos yacimientos de empleo y en las actividades emergentes**. En la medida en que se potencien se incrementará las oportunidades de empleo. No obstante no solo basta con mayores índices de empleo, sino que es necesario mejorar la cualificación de los trabajadores, si ambos hechos no van unidos será difícil el desarrollo de estos sectores.

## **IV. SISTEMA NACIONAL DE CUALIFICACIONES Y FORMACIÓN PROFESIONAL**

**Índice**

---

---

## 8. CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIÓN PROFESIONALES (CNCP)

### Índice

Partiendo de la definición de **Cualificación Profesional** como el “conjunto de competencias profesionales con significación en el empleo, que pueden ser adquiridas mediante formación modular u otros tipos de formación, así como a través de la experiencia laboral”, es importante acotar la **Cualificaciones** y **Familias Profesionales** que se han tenido en cuenta para el estudio:

Comercio y Marketing  
Administración y Gestión  
Transporte y Mantenimiento de Vehículos

En la siguiente tabla, se recogen las principales **cualificaciones** de interés para el estudio, recogidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales publicado por el INCUAL. Su distribución a través de Familias Profesionales facilita la lectura.

Cualificaciones profesionales publicadas en el BOE:	
Familia profesional: Comercio y Marketing	Nivel
Actividades auxiliares de almacén	1
Actividades auxiliares de comercio	1
Actividades de venta	2
Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	3
Atención al cliente, consumidor o usuario	3
Tráfico de mercancías por carretera	3
Implantación y animación de espacios comerciales	3
Asistencia a la investigación de mercados	3
Control y formación en consumo	3
Gestión comercial de ventas	3
Gestión y control del aprovisionamiento	3
Marketing y compraventa internacional	3
Organización del transporte y la distribución	3
Organización y gestión de almacenes	3

Dentro de la familia profesional están en proceso de trámite o previsión otras ocho cualificaciones profesionales, tal y como se recoge en la siguiente tabla:

Familia profesional: Comercio y Marketing		Nivel
Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	Trámite	3
Tráfico de viajeros por carretera	Trámite	3
Gestión de marketing y comunicación	Trámite	3
Gestión de pequeño comercio	Trámite	2
Venta ambulante	Previsión	2
Gestión comercial inmobiliaria	Trámite	3
Transitario	Previsión	3
Consignatario	Previsión	3

Dentro de otras familias profesionales existen algunas cualificaciones que dan respuesta a las ocupaciones del sector comercio. A continuación se recogen las cualificaciones citadas.

**FAMILIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**

Dentro de la familia profesional de administración y gestión las cualificaciones publicadas tienen relación con el sector comercio exterior, especialmente aquellas que dan respuesta a las ocupaciones transversales del sector.

<b>Cualificaciones profesionales publicadas en el BOE:</b>	
<b>Familia Profesional: Administración y Gestión</b>	<b>Nivel</b>
Operaciones auxiliares de servicios administrativos y generales	1
Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos	1
Actividades de gestión administrativa	2
Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente	2
Administración de recursos humanos	3
Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas	3
Asistencia a la dirección	3
Comercialización y administración de productos y servicios financieros	3
Gestión contable y auditoría	3
Gestión administrativa pública	3
Gestión financiera	3

Por otro lado, existe una cualificación en trámite, creación y gestión de microempresas, con gran importancia para el comercio, al tratarse de una actividad con un importante número de microempresas.

**FAMILIA PROFESIONAL: TRANSPORTE Y MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS**

Las siguientes cualificaciones profesionales relacionadas con el transporte y mantenimiento de vehículos, han sido aprobadas en el Real Decreto 1225/2010 de 1 de octubre por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, mediante el establecimiento de cinco cualificaciones profesionales correspondientes a la Familia Profesional Transporte y Mantenimiento de Vehículos; siendo de interés para el estudio estas 3 cualificaciones de nivel 2.

<b>Cualificaciones profesionales publicadas en el BOE:</b>	
<b>Familia profesional: transporte y mantenimiento de vehículos</b>	<b>Nivel</b>
Conducción de autobuses	2
Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera	2
Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas	2

Así mismo existe una cualificación profesional, pendiente, relacionada con el transporte, conducción de locomotoras.

## 9.- SISTEMA NACIONAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### Índice

Dentro del sector aeronáutico, tienen cabida distintas familias formativas y títulos de Formación Profesional, que se recogen a continuación:

**Títulos de formación profesional, vinculados a la LOGSE1 y a la LOE 2, relacionados con el sector de comercio exterior**

Ley	Grado medio	Grado superior
<b>Comercio y Marketing</b>		
LOGSE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comercio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión comercial y marketing</li> <li>Gestión del transporte</li> <li>Servicio al consumidor</li> <li>Comercio Internacional</li> </ul>

Ley	Grado medio	Grado superior
<b>Administración y Gestión</b>		
LOGSE		<ul style="list-style-type: none"> <li>Administración y finanzas</li> </ul>
LOE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión administrativa</li> </ul>	

A continuación se relacionan los títulos que están en fase de borrador relacionados con el sector del comercio exterior:

Grado medio	Grado superior
<b>Comercio y Marketing</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnico Superior en Logística y Transporte</li> <li>Técnico superior en comercio Internacional</li> <li>Técnico superior en marketing y publicidad</li> </ul>

En el apartado de Anexos se desarrollan cada uno de los Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo.

Dentro de la LOE se contemplan los **Programas de Cualificación Profesional Inicial**, destinados al alumnado mayor de dieciséis años, que no hayan obtenido el título de Graduado en educación secundaria obligatoria.

El objetivo de los Programas de Cualificación Profesional Inicial (PCPI) es que todos los *alumnos alcancen competencias profesionales propias de una cualificación de nivel uno de la estructura actual del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales*. Asimismo, también se pretende mejorar las capacidades profesionales y ampliar las competencias básicas y conseguir un trabajo con buenas condiciones laborales.

También habilitan para la obtención del título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria, realizando los módulos de carácter voluntario.

Las instituciones o centros que pueden impartir estos programas, están bajo la coordinación de las Administraciones Educativas:

- Los centros educativos.
- Las corporaciones locales.
- Las asociaciones profesionales.
- Las organizaciones no gubernamentales.
- Las entidades empresariales y sindicales.

<sup>1</sup> Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación del Sistema Educativo

<sup>2</sup> Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación

Estos Programas de Cualificación Profesional Inicial pueden estar promovidos por el Ministerio de Educación o directamente desde las Consejerías de Educación de las comunidades autónomas.

Los programas de Cualificación inicial existentes relacionados con el sector objeto de estudio son los siguientes:

#### PROGRAMAS DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL INICIAL NACIONALES

Familia Profesional	Nivel
Comercio y Marketing	
Auxiliar de comercio y almacén	Programas de Cualificación Profesional Inicial

De conformidad con lo establecido en el artículo 10.1 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, la oferta de formación profesional para el empleo vinculada al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales estará constituida por la formación dirigida a la obtención de los **certificados de profesionalidad**.

A continuación se relacionan los distintos **Certificados de Profesionalidad de nuevo repertorio** que son de interés para el estudio, vinculado a las **Cualificaciones y Áreas Profesionales** a las que se asocian.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> En mayo de 2011 se han aprobado nuevos certificados de profesionalidad. Se citan en el presente capítulo pero no se recogen en el resto del estudio al haberse publicado tras la finalización del mismo.

Real Decreto 642/2011, de 9 de mayo, por el que se establecen tres certificados de profesionalidad de la familia profesional Comercio y marketing que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad. BOE 08.06.2011

- Organización y Gestión de Almacenes. Nivel 3.
- Organización del Transporte y la distribución. Nivel 3.
- Tráfico de mercancías por carretera. Nivel 3.

**FAMILIA PROFESIONAL: COMERCIO Y MARKETING**

Nivel	CUALIFICACIÓN		CERTIFICADO PROFESIONALIDAD	
	Denominación	Situación	Denominación	Situación
1	Actividades auxiliares de almacén	Publicada RD 1179/08		
	Actividades auxiliares de comercio	Publicada RD 1179/08		
2	Actividades de venta	Publicada RD 295/04	Actividades de venta	Publicado RD 1377/08
	Gestión de pequeño comercio	Tramitación		
	Venta ambulante	Previsión		
3	Tráfico de mercancías por carretera	Publicada RD 295/04	Tráfico de mercancías por carretera	Publicado Real Decreto 642/2011
	Gestión y control del aprovisionamiento	Publicada RD 109/08		
	Organización del transporte y la distribución	Publicada RD 109/08	Organización del transporte y la distribución	Publicado Real Decreto 642/2011
	Organización y gestión de almacenes	Publicada RD 109/08	Organización y gestión de almacenes	Publicado Real Decreto 642/2011
	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	Tramitación		
	Tráfico de viajeros por carretera	Tramitación		
	Implantación y animación de espacios comerciales	Publicada RD 1087/05	Implantación y animación de espacios comerciales	Publicado (RD 1377/08)
	Asistencia a la investigación de mercados	Publicada RD 109/08		
	Marketing y compraventa internacional	Publicada RD 109/08		
	Gestión de marketing y comunicación	Tramitación		
	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	Publicada RD 295/04		
	Atención al cliente, consumidor y usuario	Publicada RD 295/04		
	Control y formación en consumo	Publicada RD 109/08		
	Gestión comercial de ventas	Publicada RD 109/08		
	Gestión comercial inmobiliaria	Tramitación		
	Transitario	Previsión		
	Consignatario	Previsión		



**FAMILIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**

Nivel	CUALIFICACIÓN		CERTIFICADO PROFESIONALIDAD	
	Denominación	Situación	Denominación	Situación
1	Operaciones auxiliares de servicios administrativos y generales	Publicada RD 107/08	Operaciones auxiliares de servicios administrativos y generales	Tramitación
	Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos	Publicada RD 107/08	Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos	Tramitación
2	Actividades de gestión administrativa	Publicada RD 107/08	Actividades de gestión administrativa	Tramitación
	Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente	Publicada RD 107/08	Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente	Publicado RD 1210/09
3	Gestión contable y de auditoría	Publicada RD 295/04	Gestión contable y auditoría	Publicado RD 1210/09
	Administración de recursos humanos	Publicada RD 295/04	Gestión integrada de recursos humanos	Publicada RD 1210/09
	Creación y gestión de microempresas	Tramitación		
	Asistencia en la gestión de calidad	Previsión		
	Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas	Publicada RD 107/08	Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas	Tramitación

**FAMILIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**

Nivel	CUALIFICACIÓN		CERTIFICADO PROFESIONALIDAD	
	Denominación	Situación	Denominación	Situación
2	Conducción de autobuses	RD 1225/2010 TMV	Conducción de autobuses	Tramitación
	Conducción de vehículos pesados de transporte mercancías por carretera	RD 1225/2010 TMV	Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera	Tramitación
	Conducción de taxis, turismos y furgonetas	RD 1225/2010 TMV		
	Conducción de locomotoras	Pendiente		

Finalmente, aparte de los certificados de Profesionalidad vinculados a las cualificaciones profesionales, existen Certificados aprobados, y aún en vigor, no adecuados al Catálogo, y que irán siendo sustituidos en la medida en que se aprueben los nuevos.

A continuación se relacionan:

FAMILIA PROFESIONAL COMERCIO Y MARKETING		
Código especialidad	Nombre	Horas
COME10	AUXILIAR DE COMERCIO EXTERIOR	450
COMP20	ESCAPARATISTA	315
COMX01	TÉCNICO DE COMERCIO EXTERIOR	300
COMD10	GERENTE DE PEQUEÑO COMERCIO	720
COMP10	ORGANIZADOR DE PUNTO DE VENTA EN AUTOSERVICIOS	285
COMV30	VENDEDOR TÉCNICO	420
COMC10	EMPLEADO DE INFORMACIÓN AL CLIENTE	225
COMP0108	IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES	390
COMV20	AGENTE COMERCIAL	435
COMA10	GESTOR DE ALMACÉN	300
COMF10	CAJERO	140
COMV0108	ACTIVIDADES DE VENTA	590

FAMILIA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN y GESTIÓN		
Código especialidad	Nombre	Horas
ADGA30	ADMINISTRATIVO COMERCIAL	800
ADGC25EXP	GESTOR DE PERSONAL EN PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	350
ADGC41	GESTIÓN DE EMPLEO	275
ADGC40	GESTOR DE COLOCACIÓN	500
ADGG0208	ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE	800
ADGZ83	GERENTE DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL	116
ADGC01	CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS: AUTOEMPLEO	400
ADGC31	GESTIÓN INMOBILIARIA	200
ADGD0208	GESTIÓN INTEGRADA DE RECURSOS HUMANOS	760
ADGZ86	TÉCNICO EN CONTROL DE CALIDAD (NORMAS ISO)	425
ADGA50	ADMINISTRATIVO POLIVALENTE PARA PYMES	610
ADGC11EXP	GESTOR DE CALIDAD(NORMAS ISO 9000/2000)	350

## 10.- CUALIFICACIONES PROFESIONALES, CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD Y TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### Índice

A continuación se representa la relación entre los títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo y los Certificados de Profesionalidad a través de las distintas Unidades de Competencia recogidas en las Cualificaciones Profesionales.

Solo se representan los Títulos de Formación Profesional y los Certificados de Profesionalidad del sistema educativo asociados a las Cualificaciones Profesionales; es decir, no se sitúan las Titulaciones y Certificados antiguos.

*Nota: en la columna de las cualificaciones, los cuadros del mismo color señalan unidades de competencia pertenecientes a la misma cualificación.*

*Las celdas sombreadas en naranja en las columnas de los Certificados y de los Títulos señalan las Unidades de Competencia que contienen.*

TABLA 10.3.1. RELACIÓN ENTRE TÍTULOS Y CERTIFICADOS. FAMILIA DE COMERCIO Y MARKETING

Certificados de profesionalidad		Cualificaciones Nivel 1	Unidades de Competencia		Cualificación Niveles 2 y 3	Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo
Actividades de venta	Implantación y animación de espacios comerciales		Código	Denominación		
		Actividades auxiliares de almacén	UC1325_1	Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.		
			UC1326_1	Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.		
		Actividades auxiliares de comercio	UC1327_1	Realizar operaciones auxiliares de reposición, disposición y acondicionamiento de productos en el punto de venta.		
			UC1328_1	Manipular y trasladar productos en la superficie comercial y en el reparto de proximidad, utilizando transpalés y carretillas de mano.		
			UC1329_1	Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente.		
			UC0239_2	Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.		
			UC0240_2	Realizar las operaciones auxiliares a la venta.	Actividades de venta	
			UC0241_2	Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.		
			UC1002_2	Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.		
			UC0245_3	Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente /consumidor / usuario	Atención al cliente, consumidor o usuario	
			UC0246_3	Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo.		
			UC0501_3	Establecer la implantación de espacios comerciales.	Implantación y animación de espacios comerciales	
			UC0502_3	Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.		
			UC0503_3	Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.		
			UC0504_3	Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.		
			UC0998_3	Realizar actuaciones de control en consumo de acuerdo a la normativa o códigos de conducta aprobados por la empresa.	Control y formación en consumo	
			UC0999_3	Organizar y realizar acciones de información y/o formación a consumidores, empresas y organizaciones en consumo.		
			UC1000_3	Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.		
			UC1001_3	Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.	Gestión comercial de ventas	

Certificados de profesionalidad		Cualificaciones Nivel 1	Unidades de Competencia		Cualificación Niveles 2 y 3	Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo	
Actividades de venta	Implantación y animación de espacios comerciales		Código	Denominación		Técnico Superior en Logística y Transporte	
			UC0242_3	Realizar y controlar la gestión adm. en las op. de importación /exportación y/o introducción/expedición de mercancías.	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional		
			UC0243_3	Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.			
			UC0244_3	Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.			
			UC1006_2	Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.	Tráfico de mercancías por carretera		
			UC0247_3	Organizar y controlar la actividad del departamento de tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.			
			UC0248_3	Planificar y gestionar las operaciones del tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.			
			UC0995_2	Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos	Asistencia a la investigación de mercados		
			UC0993_3	Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados			
			UC0994_3	Organizar y controlar la actividad de los encuestadores			
			UC0997_3	Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados			
			UC1015_2	Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.			
			UC1003_3	Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.	Gestión y control del aprovisionamiento		
			UC1004_3	Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.			
			UC1005_3	Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.			
			UC1007_3	Obt. y elab. información para el sist. de información de mercados.	Marketing y compraventa internacional		
			UC1008_3	Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional.			
			UC1009_3	Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.			
			UC1010_3	Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.			
			UC1011_3	Comunicarse en una lengua distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.			
			UC1012_3	Org., gestionar y controlar la distribución capilar de mercancías.			
			UC1013_3	Org., gestionar y controlar las op. de Transp. de larga distancia.	Organización del transporte y la distribución		
			UC1014_3	Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.			
			UC1461_2	Preparar y realizar el mantenimiento de primer nivel de vehículos de transporte urbano e interurbano por carretera.			
			UC1462_2	Realizar la conducción del vehículo y otras operaciones relacionadas con los servicios de transporte.			

Certificados de profesionalidad		Cualificaciones Nivel 1	Unidades de Competencia		Cualificación Niveles 2 y 3	Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo
Actividades de venta	Implantación y animación de espacios comerciales		Código	Denominación		
			UC1463_2	Planificar los servicios de transporte y relacionarse con clientes.	Conducción de autobuses	
			UC1464_2	Realizar las actividades de atención e información a los viajeros del autobús o autocar.		
			UC1465_2	Supervisar y/o realizar los procesos de carga y descarga de mercancías.	Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera	
			UC1466_2	Realizar la conducción del taxi, turismo o furgoneta, y las operaciones relacionadas con la prestación del servicio.	Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas	
			UC1467_2	Realizar las actividades de atención a los usuarios y relaciones con clientes.		

## RESUMEN

La Comisión Europea define el **Sistema Europeo de Transferencia de Créditos para la Educación y la Formación Profesional (ECVET)** trata de facilitar la transferencia de créditos de aprendizaje de un sistema de cualificación a otro. Permite certificar y registrar los resultados del aprendizaje de una persona en diferentes contextos (en el extranjero o a través de un itinerario de aprendizaje formal, informal o no formal). El ECVET no sustituirá al Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos (ECTS), pero lo apoyará facilitando la movilidad en el ámbito de la educación y la formación profesional.

El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP) *es el instrumento del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional que ordena las cualificaciones profesionales en función de las competencias apropiadas para el ejercicio profesional.*

El CNCP está constituido por las cualificaciones profesionales más significativas, ordenadas por familias profesionales (26 familias) y por cinco niveles de cualificación basados en criterios de conocimientos, iniciativa, autonomía, y complejidad de la actividad a desarrollar.

Para la realización del estudio, se han tenido en cuenta 3 familias profesionales: Comercio y marketing, administración y finanzas y transporte y mantenimiento de vehículos.

**En relación a la Formación Profesional del Sistema Educativo** los ciclos formativos serán de grado medio y de grado superior, estarán referidos al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y constituirán, respectivamente, la formación profesional de grado medio y la formación profesional de grado superior. Actualmente, tras la entrada en vigor de la LOE, conviven dos tipos de oferta formativa de Formación Profesional del Sistema Educativo (en el futuro, los nuevos títulos irán derogando a los anteriores): Las enseñanzas provenientes de la LOGSE y las enseñanzas provenientes de la LOE.

Actualmente existen 5 títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo (uno de grado medio y 4 de grado superior). Así mismo existen 3 títulos de grado superior en fase de borrador:

- Técnico superior en logística y transporte
- Técnico superior en comercio internacional
- Técnico superior en marketing y publicidad

Al mismo tiempo existe un Programa de Cualificación Profesional Inicial relacionado con la familia comercio y marketing, denominada auxiliar de comercio y almacén.

La formación profesional para el empleo puede ser **de oferta** (destinada principalmente a ocupados y desempleados) **de demanda** (ocupados) **formación en alternancia con el empleo** (desempleados y trabajadores contratados para la ocupación) y **acciones de apoyo y acompañamiento a la formación**.

La oferta formativa puede estar vinculada o no a la obtención de un Certificado de Profesionalidad. En el primer caso, las acciones formativas tendrán carácter modular, con el objeto de favorecer la acreditación parcial acumulable de la formación recibida y posibilitar que el trabajador avance en su itinerario formativo, independientemente de su situación laboral.

Existen múltiples organismos que imparten formación relacionada con el comercio exterior, la mayoría para personal con formación universitaria o formación profesional: la Cámara de comercio de la Comunidad de Madrid, a través del instituto de formación empresarial, la Asociación española de Consultores de comercio exterior (ACOCEX), Instituto Español de comercio exterior (ICEX), Asociación del Transporte Internacional por carretera, (ASTIC), Confederación Española de Transporte de Mercancías (ASTIC), Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE), Instituto de Directivos de empresa (ICE\_CESEM).





## V. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

[Índice](#)

---

## 11. OFERTA FORMATIVA PÚBLICA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

### Índice

En la siguiente tabla se relaciona la oferta de títulos de formación profesional existente en la Comunidad de Madrid pertenecientes a la familia profesional de **comercio y marketing**.

TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL EXISTENTES EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Familia profesional: Comercio	
Grado medio	Grado superior
Comercio	Comercio Internacional
	Gestión Comercial y Marketing
	Gestión del Transporte
	Servicios al Consumidor

Los expertos consultados señalan que todos los ciclos tienen aspectos comunes desarrollados en sus módulos y se solapan en algunos casos. Así mismo indica algunas diferencias entre el ciclo de grado superior de Comercio Internacional y el de Gestión del Transporte:

PROGRAMAS DE CUALIFICACIÓN PROFESIONAL INICIAL EXISTENTES EN LA COMUNIDAD DE MADRID

**Auxiliar de comercio y almacén**

Los expertos consultados indican que la formación profesional del sistema educativo existente en la Comunidad de Madrid es adecuada a las necesidades del sector, y que además solventa parte de las necesidades formativas de las PYMES en comercio exterior.

El grado de integración laboral de los alumnos que imparten formación profesional del sistema educativo en el ámbito del comercio exterior es alto. Los **alumnos formados en comercio exterior, se colocan rápidamente en el mercado laboral**, especialmente respecto a otras actividades o familias profesionales. Esta rápida inserción laboral se debe entre otras cuestiones al crecimiento que experimenta en España este sector a pesar de la crisis que atraviesa el país.

No obstante, a pesar de que los empresarios consideren que en la formación profesional los alumnos están menos formados que en los estudios superiores (idea que va disminuyendo paulatinamente), muchos alumnos formados con estudios superiores realizan estudios de Formación Profesional, para complementar sus estudios. Así mismo los expertos señalan que el sector puede absorber un mayor número profesionales en este ámbito puesto que es un sector en crecimiento y se demandarán profesionales con un mayor nivel de cualificación profesional.

Así mismo, indican que en la Comunidad de Madrid, se imparte formación universitaria relacionada con el comercio internacional, y que debido al crecimiento que está teniendo el comercio exterior las empresas podrán cubrir sus necesidades con estos perfiles.

### Formación para el empleo dirigida prioritariamente a los trabajadores ocupados en la Comunidad de Madrid

El número de cursos ofertados en la Familia Profesional de **Comercio y Marketing** asciende a **302 cursos**, mientras que el año anterior hubo 319. De estos 302 cursos, el 34,1% se imparte de manera presencial, el 27,2% por teleformación, el 26,8% a distancia y el 14,9% restante de forma mixta.

Con respecto al año anterior, ha descendido el porcentaje de cursos presenciales, aumentando ligeramente el resto de modalidades.

De los 302 cursos ofertados de la Familia Profesional de Comercio y Marketing, uno de cada cuatro está relacionado con la materia de **Ventas y Marketing** (92 cursos).

El **número de horas ofertadas** por los 302 cursos de la Familia Profesional de Comercio y Marketing asciende a **20.824** (en el año 2008 el número de horas ascendía a 21.189 horas). Según la modalidad de los cursos, el mayor número de horas se imparten en la modalidad a distancia (30,1%), seguida de la formación mixta (26,4%) teleformación (23,9%) y presencial (19,7%).

Respecto al año 2008 no existen diferencias significativas.

Comparando el número de cursos y el número de horas ofertados por los mismos, se observa que la distribución es inversamente proporcional en las modalidades presencial, a distancia y mixta. Es decir, los cursos de modalidad presencial son los que más se imparten pero es la modalidad en la que menos horas ofrecen. Mientras que en los cursos de modalidad a distancia y mixta el comportamiento es contrario, se imparten menos cursos pero de mayor número de horas.

Los cursos ofertados de ventas y marketing son los que más horas ofertan (6.932 horas), seguido a distancia en el ranking por las acciones formativas relacionadas con los idiomas y atención al cliente o fidelización (en torno a 2.000 horas).

El número medio de horas ofertadas en la Comunidad de Madrid para preferentemente ocupados es de 69,0 horas (tres décimas más respecto el año anterior). Por encima de esta media se encuentran los cursos de modalidades mixta y a distancia, mientras que los cursos de teleformación y presencial tienen menor duración.

Atendiendo al tipo de curso, cabe destacar que son los de Técnicas administrativas los de mayor duración, alcanzando las 122h. Además, por encima de la media se sitúan los cursos de Idiomas, Implantación de espacios comerciales, Comercio exterior, implantación de espacios comerciales, gestión y organización y técnicas de mercado y marketing.

## Formación para el empleo dirigida prioritariamente a desempleados en la Comunidad de Madrid

### Programación Comprometida 2010-2011. Programa Operativo Comunidad de Madrid por especialidades

Dentro de la Programación Comprometida para el año 2010-2011 se ofertan 259 cursos en la Familia Profesional Comercio y Marketing dirigida a la formación para el empleo preferentemente para desempleados (para el año 2009-2010 fueron 205 cursos). A los que pueden asistir hasta 3.855 personas (3.075 personas en el año 2009-2010). Estos cursos ofertan 43.937 horas en total, (39.960 horas en total 2009-2010), con lo que la duración media de estos cursos es de 169,6 horas (195 horas 2009-2010).

Los cursos ofertados corresponden principalmente a los de venta. Además tienen un peso importante los cursos de almacenaje y publicidad/imagen. Respecto al año 2009-2010, se ha incrementado el número de cursos, especialmente en el ámbito de la venta, la publicidad e imagen así como los dirigidos al comercio exterior.

Así mismo los cursos con mayor número de horas son los cursos sobre venta, almacenaje, publicidad e imagen. Se ha incrementado el número de horas de los cursos respecto al año anterior.

Los cursos de mayor duración media son los de Dirección y gestión, alcanzando las 254,9 horas de media. Además superan la media los cursos de almacenaje y venta. Mientras que los que se encuentran por debajo de la media son las acciones formativas de publicidad e imagen, comercio exterior y atención al cliente.

El número medio de horas respecto al año anterior ha descendido 22,8 horas.

### Programas de formación dirigidos prioritariamente a los trabajadores desempleados

Los **Centros de Formación para el Empleo de la Comunidad de Madrid** tienen como misión incrementar la capacitación profesional de los trabajadores/as de nuestra región realizando actuaciones personalizadas que integran la formación especializada y el apoyo activo en la búsqueda de empleo.

- **Información y orientación** profesional al trabajador desempleado u ocupado para, de acuerdo con su formación, experiencia y características personales, ayudarle en su carrera profesional mediante un proyecto formativo personal.
- **Oportunidades formativas** a los trabajadores desempleados u ocupados, de manera que adquieran las competencias necesarias para desempeñar con éxito una ocupación.
- **Un espacio de referencia de una formación de calidad**, avalada por la participación en su actividad, mediante los Consejos Asesores, de empresarios, sindicatos, universidades, entidades locales y expertos.
- Asimismo, los Centros de Formación actúan como **difusores** de una cultura de la calidad en la formación para el empleo, tanto en su actividad como en el seguimiento de los centros colaboradores.
- Un lugar de promoción de la incorporación de los desempleados en el mundo del trabajo, mediante los servicios de intermediación y Apoyo a la colocación o el asesoramiento para el autoempleo y las fórmulas de economía social.
- Un servicio especializado y a disposición de las empresas del sector en aras de facilitar el personal requerido por las mismas, a través de los alumnos que terminan con aprovechamiento los cursos de formación y capaz de dar respuesta a los perfiles solicitados en un plazo no superior a las 48 horas.

## RESUMEN

En la Comunidad de Madrid, la familia profesional de comercio y marketing está formada por un ciclo de grado medio (Comercio) y cuatro de grado superior (Comercio Internacional; Gestión Comercial y Marketing; Gestión del Transporte y Servicios al Consumidor)

Los expertos consultados señalan que todos los ciclos tienen aspectos comunes desarrollados en sus módulos que se solapan en algunos casos. Aunque indican algunas diferencias entre el ciclo de grado superior de Comercio Internacional y el de Gestión del Transporte. Además, señalan que sistema educativo de la Comunidad de Madrid es adecuado a las necesidades del sector, y que además solventa parte de las necesidades formativas de las PYMES en comercio exterior. Así, el grado de integración laboral de los alumnos que imparten formación profesional del sistema educativo en el ámbito del comercio exterior es alto. Los **alumnos formados en comercio exterior, se colocan rápidamente en el mercado laboral.**

En la actualidad está cambiando la percepción de las empresas a ver la formación como un coste para comenzar a verse ahora como una inversión.

El número de cursos ofertados en la **Familia Profesional de Comercio y Marketing** asciende a **302 cursos**, de los cuales 92 están relacionados con la materia de Ventas y Marketing. Los cursos con un mayor número de horas se imparten en la modalidad a distancia.

Dentro de la Programación Comprometida para el año 2010-2011 se ofertan 259 cursos en la Familia Profesional Comercio y Marketing dirigida a la formación para el empleo preferentemente para desempleados. Los cursos de mayor duración media son los de Dirección y Gestión, alcanzando las 254,9 horas de media. Además superan la media los cursos de almacenaje y venta. Mientras que los que se encuentran por debajo de la media son las acciones formativas de publicidad e imagen, comercio exterior y atención al cliente.



## **VI. PROPUESTAS Y ORIENTACIONES AL CATÁLOGO NACIONAL DE LAS CUALIFICACIONES PROFESIONALES Y LA FORMACIÓN EN LA COMUNIDAD DE MADRID**

**Índice**



## 12.- APORTACIONES A LAS CUALIFICACIONES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES

### Índice

Una de las cuestiones desprendidas del estudio cuantitativo realizado a las empresas del sector es el **desconocimiento del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales**. Aunque en un primer momento indican conocer las cualificaciones profesionales, cuando se les pregunta en que consisten tan sólo un 17,4% lo definen correctamente, mientras que del resto de las definiciones ofrecidas se concluye que no las conocen o su conocimiento es difuso, confuso o impreciso. Esta información se complementa con la recopilada en la fase cualitativa, en la que muchos de los agentes sociales entrevistados desconocen el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Por esta razón la primera propuesta de carácter general, **es difundir el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales**, para crear conciencia sobre las competencias profesionales y sus capacidades.

En líneas generales los expertos consultados a lo largo del estudio, están conformes con las cualificaciones profesionales relacionadas con el sector (como se ha visto en el capítulo 10.2 afecta a varias familias profesionales). Indican que **dichas cualificaciones son suficientes para cubrir la actividad comercial**.

No obstante, las tendencias del sector, generan nuevas necesidades formativas que afectan en cierto modo a las cualificaciones profesionales. Los expertos que han colaborado en el estudio realizan una serie de **aportaciones para tratar de mejorar y adaptar el catálogo a las tendencias actuales** descritas en capítulos anteriores. Entre las propuestas descritas, a continuación se exponen las que han generado mayor coincidencia entre los expertos:

1. Para un mejor funcionamiento del sistema se considera necesario **aprobar y desarrollar las cualificaciones profesionales que actualmente están en trámite, elaboración o previsión**. Especialmente las relacionadas con la actividad comercial internacional (todas ellas de nivel 3)

Familia comercio y marketing

- Gestión comercial y financiera del transporte por carretera (Trámite)
- Tráfico de viajeros por carretera (Trámite)
- Gestión de marketing y comunicación (Trámite)
- Transitario (Pendiente)
- Consignatario (Pendiente)

Familia Transporte y mantenimiento de vehículos

- Conducción de locomotoras (Pendiente)

2. El uso del comercio electrónico, es una de las tendencias del mercado más comunes en el sector. Los trabajadores en este ámbito necesitan disponer de competencias y estar capacitados para desarrollar esta labor. Por ello los expertos indican la necesidad de **desarrollar unidades de competencia o realizaciones profesionales relacionadas con el comercio electrónico**, e incluirlas en las siguientes cualificaciones profesionales:

- **Gestión administrativa y financiera del comercio internacional**
- **Gestión comercial de ventas**
- **Marketing y compraventa internacional**

3. Así mismo, los expertos indican que deben revisarse las competencias profesionales incluyendo aspectos relacionados con las nuevas tecnologías:

- Las redes sociales
- El marketing digital
- Aplicaciones específicas para el desarrollo de la actividad

Estos aspectos deben describirse en las realizaciones profesionales y criterios de realización. Son aspectos transversales que influyen en la mayoría de las cualificaciones profesionales.

4. Algunos de los expertos consultados a lo largo del estudio **indican la necesidad de convertir una cualificación profesional en dos**: entienden que la gestión administrativa y la gestión financiera deben ser cualificaciones profesionales diferentes:

CUALIFICACIONES VIGENTES	PROPUESTA DE CUALIFICACIONES
<b>Gestión administrativa y financiera</b> del comercio internacional	Gestión <b>administrativa</b> del comercio internacional
	Gestión <b>financiera</b> del comercio internacional

Algunos expertos entienden que la gestión financiera y los medios de pago internacionales deberían ser una unidad independiente de la cualificación y distinguirse de la gestión administrativa “*La cualificación Gestión administrativa y financiera del comercio internacional*” debería denominarse “*Gestión financiera del comercio internacional*”.

Las unidades de competencia quedarían de la siguiente manera:

Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	Gestión administrativa del comercio internacional	Gestión financiera del comercio internacional
UC0242_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación /exportación y/o introducción /expedición de mercancías.	UC0242_3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación /exportación y/o introducción /expedición de mercancías.	UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
UC0243_3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios		
UC0244_3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.		
UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.		

5. En proceso de tramitación se establece la cualificación profesional **Gestión comercial y financiera del transporte por carretera**. Así mismo los expertos consultados indican la necesidad de desarrollar una cualificación relacionada con la gestión comercial y financiera de **transporte marítimo y aéreo**, puesto que no se tienen en cuenta estas actividades en la cualificación que está en proceso de tramitación.

Existe cierta controversia entre quienes señalan que sería necesario unificar en las cualificaciones profesionales las tareas en función del modelo de transporte (terrestre, aéreo, marítimo) puesto que entienden que las diferencias son significativas y entre quienes indican que no es necesario realizar esta distinción.

Actualmente las empresas demandan cada vez personal más polivalente; por ello se propone convertir la cualificación gestión comercial y financiera del transporte por carretera en gestión comercial y financiera del transporte. Para ello se toma el ejemplo de la cualificación profesional **organización del transporte y la distribución** (de nivel 3) que integra los diferentes modos de transporte: aéreo, terrestre y marítimo que capacita para: *Organizar y controlar las operaciones de transporte de mercancías para optimizar el proceso logístico de acuerdo con las especificaciones establecidas, plazo y mínimo coste, garantizando la integridad y seguimiento de las mercancías durante el proceso, cumpliendo la normativa vigente de transporte y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.*

5. En el ámbito internacional los aspectos relacionados con el protocolo, la cultura, la economía y cuestiones sociales del país son cuestiones relevantes para mejorar la estrategia de marketing y ser más eficiente en la comercialización de los productos y los servicios. Los expertos que han colaborado en el estudio consideran adecuado introducir de manera transversal a las cualificaciones aspectos relacionados con el **protocolo, la cultura, economía y sociedad**.

6. También consideran oportuno incorporar en las competencias profesionales destinadas a labores más administrativas, realizaciones profesionales relacionadas con **la gestión y la contratación de los seguros**, así como **la gestión de ayudas públicas a la exportación** (especialmente útil para las pymes). Por otro lado se propone incluir elementos relacionados con la **gestión de los concursos públicos a nivel internacional**, puesto que esta actividad es considerada como una trayectoria profesional emergente.

7. La mayoría de las empresas españolas están conformadas por PYMES, como se ha indicado en el apartado de necesidades formativas 15.1, los directivos de estas empresas tienen ciertas carencias, **relativas a la dirección y las habilidades directivas**. Aspecto imprescindible para poder ejercer las labores de gestión y organización de empresas. Por ello se propone incluir en las cualificaciones de nivel 3 criterios relacionados con las habilidades directivas.

8. De manera general a todas las cualificaciones profesionales se propone incluir aspectos relacionados con **la prevención de riesgos laborales**.

9. En la cualificación profesional **tráfico de mercancías por carretera** existen las siguientes unidades de competencia:

UC0247\_3: Organizar y controlar la actividad del departamento de tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.

UC0248\_3: Planificar y gestionar las operaciones del tráfico/explotación en las empresas que realicen transporte de mercancías por carretera.

UC1006\_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

Los expertos consideran adecuado incluir en esta cualificación la unidad de competencia:

UC1013\_3 Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.

10. En la cualificación profesional **organización y gestión de almacenes**, existen las siguientes unidades de competencia:

UC1013\_3 Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.

UC1014\_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.

UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

UC1005\_3: Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.

Algunos expertos consideran adecuados incluir la siguiente cualificación profesional:

UC1003\_3 Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento

## 13. APORTACIONES AL CATÁLOGO DE ESPECIALIDADES FORMATIVAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID

### Índice

#### Necesidades de formación actuales

Áreas del sector comercio
Dirección
Investigación de mercados internacionales
Comercial
Gestión y administración
Venta
Compras
Transporte y almacén

Las necesidades de formación que surgen a los trabajadores se establecen principalmente a partir de la diferencia existente entre **la situación de las competencias actuales y las requeridas** (actual o futura). Los cambios en las tendencias en el sector de comercio exterior, generan necesidades formativas en las distintas áreas del sector:

Como se viene diciendo a lo largo del estudio, **los trabajadores ocupados en perfiles profesionales relacionados con la actividad internacional, disponen de un nivel de cualificación mayor que aquellos que realizan una actividad comercial doméstica**. Aún así los expertos consultados a lo largo del estudio, identifican una serie de deficiencias formativas relacionadas con los cambios y tendencias producidos en el sector en los últimos tiempos y asociadas al mismo tiempo a unas ocupaciones destinadas al comercio exterior. A continuación se describen las necesidades formativas más destacadas:



Cambios y tendencias	Necesidades formativas	Ocupaciones
Apertura a nuevos mercados	Protocolo, cultura, normativa	Gerentes de comercio internacional Directivos de comercio internacional Representantes comerciales Agentes de ventas Técnicos comercio exterior
Globalización de los mercados	Idiomas, especialmente inglés	
Acceso de la Pyme a mercados internacionales	Investigación de mercados	
Aumento de la comercialización de servicios	Técnicas de comercialización/ marketing Banca, Finanzas, seguros	
Aumento de la competencia exterior	Técnicas de negociación. Aumentar la formación Actitudes: liderazgo, creatividad, innovación, gestión de equipos. etc.	
Aumento del transporte internacional	Gestión de la logística y el transporte	Gerentes de comercio internacional, representantes comerciales, Agentes de ventas, Administrativos
Nuevas tecnologías	Comercio electrónico	
Logística y transporte	Temas administrativos (nuevas tecnologías, etc.)	Administrativos

Existen otras necesidades formativas relacionadas con aspectos transversales como la **gestión de calidad, la normativa internacional, que afecta a todas las ocupaciones relacionadas con el comercio internacional**. Puesto que existe una actualización continua de legislación relativa al sector (calidad, requisitos de comercialización, normativa ambiental, etc.). Por tanto es necesario disponer de personal que esté al día de las normativas y de sus cambios. Así mismo es necesario contar con profesionales con habilidades en comunicación, negociación, liderazgo e inteligencia emocional.

En las PYMES se detentan necesidades formativas relacionadas con la gestión de las empresas, y especialmente relacionadas con el acceso al comercio internacional.

**Los aspectos culturales y protocolarios de las sociedades con las que van a comercializar las empresas**, es considerado por los expertos un aspecto relevante; actualmente existe un déficit formativo en este ámbito. Existir una gran diversidad de mercados a los que orientar la actividad de comercio internacional, por lo que el aprendizaje de estos aspectos dependerá de la empresa y su orientación.

Una de las necesidades formativas más demandadas en el sector es el idioma, principalmente **el inglés comercial**, es decir, no sólo es necesario conocer el idioma si no manejar los conceptos técnicos y el lenguaje profesional para conseguir un mayor rendimiento. Así lo afirman los expertos entrevistados. Así mismo se demanda cada vez más conocer **otros idiomas relacionados con países emergentes**, como el chino, el japonés o el ruso, aunque dependerá del mercado objetivo, se tendrán que tener en cuenta el idioma del país destino u origen del proceso de comercio.

## Comercio electrónico

La necesidad de formación en comercio electrónico, surge de las tendencias actuales del mercado; es una de las necesidades ubicadas en todo el proceso de comercialización: tanto en la atención al cliente o consumidor como en la gestión comercial de ventas, y en la gestión y control de aprovisionamiento y el marketing y compraventa internacional. Es necesario seguir las tendencias actuales y las aplicaciones que se usan a nivel internacional para continuar siendo competitivos.

## Negociación Internacional

Una de las mayores deficiencias en el sector está relacionada principalmente con el negocio internacional. En **la mayoría de las PYMES con actividad internacional no existe una figura con los conocimientos necesarios de comercio exterior**. Esta figura debe disponer preferiblemente titulación universitaria.

Los trabajadores que disponen de un mayor nivel formativo, los licenciados o diplomados tienen un gran desconocimiento de aspectos básicos en:

- **Negocio internacional:** gran desconocimiento en los aspectos del negocio internacional
- **Marketing y estrategias comerciales a nivel internacional.**
- **Finanzas:** Balance empresarial (activos, pasivos, qué es una letra, tipo de interés, hipotecas etc.). La contabilidad no es un aspecto tan necesario.
- **Riesgos de las operaciones,** de tipos de cambios, de tipos de interés: necesidad de conocimientos de los aspectos básicos.
- **Estructura y organigrama de las empresas:** funciones de los departamentos y perfiles.
- **Actitudes personales:** gran déficit en competencias personales (proactivo, iniciativa, afán de logro, trabajo en equipo, relaciones públicas, presentación en públicos, etc.) esto es muy importante en empresas grandes, multinacionales.

## Técnicas de venta y compra

Los agentes de compras gestionan la compra de bienes y servicios para su uso o para la reventa en nombre de establecimientos industriales, comerciales o gubernamentales o de otras organizaciones. Este campo está en continua evolución, dependiendo de las tendencias del mercado y las estrategias a utilizar. Por ello los expertos consultados a lo largo del estudio indican la necesidad de formar a los profesionales en este ámbito.

Otra de las necesidades formativas es relativa a la realización del **plan económico y la estrategia de la empresa para comercializar los productos**. “

## Logística

En la actualidad la actividad logística es una actividad en crecimiento de este sector. Los expertos indican que es necesario recualificar a los profesionales en este ámbito debido a los cambios que están experimentando.

“se necesita formación en la logística de exportación e importación, que documentación que canales, quien te va a mover los papeles, cuanto te va a costar”. (Entrevista en profundidad: centro formativo)

## Temas administrativos

Los aspectos burocráticos son necesarios para la buena marcha de la actividad comercial a nivel internacional, los expertos consultados a lo largo del estudio indican que las empresas pequeñas y medianas necesitan personal formado en las siguientes tareas:

- Aranceles
- Aduanas
- Pagos y cobros
- Aplicaciones informáticas específicas: ej. geo marketing y social media
- Búsqueda documental
- Tramitaciones específicas
- Relaciones con el cliente
- Incoterms (reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados; cuyo alcance se limita a los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa, y a la relación entre vendedores y compradores en dicho contrato con respecto a la entrega de las mercancías vendidas.)

Los expertos indican que no se va a demandar un mayor número de administrativos que realicen estas tareas, puesto que las tareas que realizan cada vez son más automáticas a partir del desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías. Aun así deben adquirir conocimientos en las áreas descritas, para poder disponer de una mayor especialización en el ámbito del comercio internacional.

De forma transversal y especialmente para los puestos de mayor envergadura se considera necesario impartir formación en aspectos relacionados con el **liderazgo, la gestión de equipos, la atención al cliente, etc.**

Así mismo los expertos coinciden en la necesidad de **especializar a los profesionales** del sector comercio exterior.

Algunos expertos encuentran **deficiencias formativas principalmente en el profesorado** que imparte la Formación Profesional, indican que éste no dispone de los conocimientos teórico-prácticos adecuados ni adaptados a la actualidad siendo necesario mejorar la formación de las personas que imparten formación. Indican que la razón principal radica en que falta personal cualificado con experiencia en comercio internacional.

Como se viene diciendo a lo largo del estudio, existe un **déficit formativo del personal que dirige las pequeñas y medianas empresas**, tanto de aquellas que son domésticas (marketing, desarrollo de negocio, estrategias comerciales, tendencias, etc.) como en las **empresas que tienen actividad internacional** (negociación internacional, marketing internacional, situación de los mercados internacionales, posibles focos de negocio, idiomas, etc.). Inciden en que en muchas ocasiones no son conscientes de las necesidades formativas que tienen sus empleados, por falta de formación propia.

Actualmente en la Comunidad de Madrid, existen 15 centros de Formación Profesional del Sistema Educativo que imparten formación relacionada con el comercio exterior. Este número se considera por parte de los expertos adecuado, aunque inciden en la necesidad de **aumentar la calidad de la oferta que se imparte**, adecuándose en mayor medida a las necesidades y demandas empresariales en función de los perfiles profesionales.

No obstante afirman que la Formación Profesional, experimentará en un futuro cercano un crecimiento, tanto en el número de alumnos como en la calidad de la formación que se imparta, ¡puesto que será impulsada por las administraciones públicas como motor de crecimiento.

Esta promoción vendrá impulsada por el déficit actual de trabajadores provenientes de la Formación Profesional en España en comparación con la media europea. En España existe una tasa muy alta de perfiles profesionales provenientes de la formación universitaria respecto a las cifras europeas y un déficit de trabajadores de Formación Profesional.



Así mismo indican que este impulso **no requerirá una gran inversión en infraestructuras, aunque sí se demandará una mayor inversión en formación**. Esta formación afectará en primer lugar a los docentes y formadores especialitas (que como se ha visto anteriormente los expertos encuentran ciertas deficiencias en sus conocimientos) y que posteriormente mejorará la oferta formativa de los alumnos y la adquisición de conocimientos.

En función de las necesidades formativas detectadas, la oferta formativa en opinión de los expertos consultados debe reorientarse en torno a las siguientes cuestiones:

- Más prácticas laborales en empresas
- Mayor impartición de idiomas
- Los ciclos de Formación Profesional debe ir orientados principalmente a la **administración del comercio exterior** (dando menor importancia a temas por ej. de negociación, o la banca).
- Impartición de módulos formativos relacionados con:
  - Comercio electrónico
  - Licitaciones internacionales
  - Financiación e inversión directa
  - Gestión de ventas y compras internacionales (Contabilidad, técnica presupuestaria)

- Más **prácticas laborales** en empresas: la mayoría de los expertos consultados están de acuerdo y consideran oportuno que es necesario que se incremente el número de horas prácticas impartidas en empresas. Así mismo indican que sería conveniente que las prácticas profesionales se impartieran desde los primeros cursos, alternando la teoría y la práctica. De este modo el alumno se familiariza con el contexto laboral y la empresa tiene la posibilidad de conocer la forma de trabajar del alumno.

La impartición de prácticas en empresas, puede mejorar la visión de las empresas de los alumnos provenientes de la Formación Profesional del Sistema Educativo, puesto que le aporta al alumno una formación complementaria y puede mejorar la confianza en estos profesionales.

Algunos de los expertos consultados añaden que no sólo los alumnos deben realizar un mayor número de horas prácticas en empresas, sino que **el personal docente debe realizar prácticas en empresas para poder conocer las tendencias relativas a sus módulos formativos y transmitir de forma actualizada los conocimientos a sus alumnos**.

Igualmente algunos de los expertos consultados indican que las prácticas deberían ser en empresas extranjeras, para seguir fomentando el aprendizaje de idiomas y conocer la organización de otras empresas y ampliar sus horizontes, su mentalidad.

Un mayor número de prácticas en empresas **ayudarían a familiarizar al alumno con la terminología utilizada y con el trato comercial**. En opinión de los expertos consultados existe un déficit en este aspecto:

#### - Idiomas

El dominio de idiomas como se ha venido diciendo a lo largo del estudio es una de las necesidades formativas más destacadas por los expertos. Señalan que es imprescindible hablar inglés y comienza a ser requerido un segundo idioma. Por ello, algunos de los expertos consultados en el estudio indican la necesidad de que los títulos de Formación Profesional relacionados con el comercio exterior se impartan en inglés para poder solventar esta necesidad, otros en cambio indican que es necesario incrementar el número de horas impartidas a la formación en este idioma.



### - Orientación hacia la administración

Del análisis de las entrevistas se desprende que los alumnos provenientes de la Formación Profesional necesitan conocer aspectos relacionados con **fiscalidad, contabilidad, balance de costes, técnica presupuestaria en vez de negociación internacional o banca** (aspectos importantes para el comercio exterior, pero preferiblemente para perfiles profesionales de mayor cualificación profesional):

Algunos expertos que han participado en el estudio, indican que los programas de Formación Profesional son muy amplios, puesto que se tocan muchas temáticas que no desempeñaran en sus futuros empleos, como la banca, la negociación internacional, etc, competencias que son desarrollados en la mayoría de las ocasiones por profesionales con mayores niveles de cualificación profesional.

Por esta razón señalan que los planes de estudios tienen que estar dirigidos hacia temas administrativos, puesto que esta es la salida profesional de mayor envergadura, no obstante debe ser complementada con aspectos relacionados con la investigación de mercados, o nuevas tendencias:

Como se indica en el capítulo anterior 15.1., las tendencias actuales en el mercado de comercio internacional, marcan las necesidades formativas del sector, y estas a su vez deben marcar la adaptación y reorientación de la oferta formativa.

## 14.- ITINERARIOS FORMATIVOS PROPUESTOS

### Índice

A lo largo del estudio se han detectado una serie de necesidades formativas, ligadas principalmente a las tendencias del sector; estas necesidades inciden en una serie de ocupaciones que necesitan adaptarse a las nuevas tendencias para responder a las necesidades del mercado; en este caso del mercado internacional de bienes y servicios. Las empresas necesitan adecuarse a la velocidad del cambio para garantizar su supervivencia, esto exige a su vez cambios en los modelos de gestión de las personas y sus competencias profesionales.

En este apartado se definen una serie de **itinerarios formativos** dirigidos especialmente hacia las ocupaciones con mayores déficits formativos, orientados a las tendencias del mercado y al aumento de competencias profesionales para mejorar la empleabilidad de los trabajadores y su polivalencia (puesto que en la mayoría de las ocasiones los empresarios demandan trabajadores polivalentes, con mayores conocimientos transversales y con cierta movilidad profesional especialmente en los trabajadores con menor cualificación, mientras que en términos generales para la realización de tareas de mayor cualificación se suelen requerir especialistas).

Por tanto un itinerario formativo, se define como **el camino que se sigue para adquirir conocimientos o competencias que capaciten y proporcionen un resultado adecuado en la profesión a desempeñar**, en este caso Comercio Internacional.

Uno de los factores críticos de competitividad, reside fundamentalmente en el aumento de la competencia exterior con el crecimiento de los países emergentes. Por ello se debe fomentar la competitividad de las empresas, por lo que es imprescindible ser competente en el desempeño de las funciones. Siguiendo con esta reflexión es necesario una **gestión eficaz de las competencias profesionales**: Una persona será competente en algo cuando tenga los conocimientos necesarios, sepa ponerlos en práctica, esté dispuesta a hacerlo y obtenga en su realización un resultado adecuado, en definitiva, saber hacer.

Todos los itinerarios formativos desarrollados en este informe, están vinculados a los Certificados de Profesionalidad, a las Cualificaciones Profesionales y a los Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo con la finalidad de que sean válidos y certificables.

	Ocupación de partida	Especialidad/polivalencia
Itinerario 1	Agentes de compras	Logística y transporte
Itinerario 2	Gerentes de Pymes	Marketing internacional
		Negociación internacional
Itinerario 3	Técnico en comercio	Técnicos de comercio exterior
Itinerario 4	Técnicos de comercio exterior	Negociación Internacional
Itinerario 5	Administrativos	A. Gestión administrativa internacional
		B. Gestión del transporte internacional
		C. Comercio electrónico/aplicaciones informáticas
Itinerario 6	Conductores de camiones	Transporte internacional
Itinerario 7	Organizadores de conferencias y eventos	Protocolo

### Itinerario 1: agentes de compras, especializados en logística y transporte

Este itinerario favorece la **movilidad profesional entre el técnico en gestión a almacén, el agente de compras y el técnico de gestión de stock.**

#### Agente de compras

El encargado de compras es el que recibe los **requerimientos de compra** que tiene la empresa, y se encarga de **buscar precios**, ver dónde conviene **encargar los productos (tomando en cuenta el tiempo de entrega, calidad y precio)** y los encarga.

**Por otro lado también tiene que negociar y contratar** la compra de equipos, materias primas, productos y suministros para fábricas, servicios o mercancías para revenderlas.

Finalmente, se encarga de obtener información sobre necesidades y existencias de materiales, y **determinar la cantidad, calidad y costos de lo que se debe comprar, las fechas de entrega y otras condiciones de los contratos.**

Los expertos consultados a lo largo del estudio indican la necesidad de aumentar las competencias profesionales de los agentes de compras en aspectos relacionados con la logística, el transporte, la negociación y aduanas. En función de estos requerimientos se proponen las siguientes trayectorias profesionales:

#### Trayectoria formativa: gestión y control del aprovisionamiento

La primera **trayectoria formativa** planteada capacita para **realizar la gestión y el control del aprovisionamiento**, e incluiría los siguientes módulos formativos:

MF1014\_3: Organización de almacenes (150 h)  
 MF1003\_3: Planificación del aprovisionamiento (150 h)  
 MF1004\_3: Gestión de proveedores (90 h)  
 MF1005\_3: Optimización de la cadena logística (120 h)  
 MF1006\_2: Inglés profesional para logística y transporte internacional (90 h)

Esta trayectoria profesional capacita para:

- Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.
- Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.
- Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.
- Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.
- Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.

Darí­a respuesta a la ocupación de gestor de compras y gestión de stock.

#### Trayectoria formativa: gestión del almacén

Una **segunda trayectoria formativa** iría dirigida a facilitar las **competencias** necesarias para ejercer como técnico en **gestión de almacén**, y en especial las siguientes:

- Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.
- Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
- Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.

Los módulos formativos que integran la presente trayectoria profesional son los siguientes:

MF1014\_3: Organización de almacenes (150 h)  
 MF1015\_2: Gestión de operaciones del almacén (120 h)  
 MF1005\_3: Optimización de la cadena logística (120 h)

### Trayectoria formativa: organización del transporte y la distribución

Finalmente se relaciona una trayectoria profesional relacionada con el **transporte y la logística**.

MF1012\_3: Distribución capilar (90 h)

MF1013\_3: Transporte de larga distancia (120 h)

MF1005\_3: Optimización de la cadena logística (120 h)

MF1006\_2: Inglés profesional para logística y transporte internacional (90 h)

Esta trayectoria capacitaría para:

- Organizar, gestionar y controlar la distribución capilar de mercancías.
- Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
- Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.
- Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.

A continuación se sitúa un cuadro resumen de las distintas trayectorias formativas recogidas en el presente itinerario de formación.

<i>Cualificación profesional de referencia: gestión y control del aprovisionamiento (RD 109/08 )</i>	<i>Cualificación profesional de referencia: Organización del transporte y la distribución (RD 109/08 )</i>	<i>Cualificación profesional de referencia: Organización y gestión de almacenes (RD 109/08 )</i>
<b>Gestión y control del aprovisionamiento</b>	<b>Organización del transporte y la distribución</b>	<b>Organización y gestión de almacenes</b>
<b>MF1003_3: Planificación del aprovisionamiento (150 h)</b>	<b>MF1012_3: Distribución capilar (90 h)</b>	<b>MF1014_3: Organización de almacenes(150 h)</b>
1. Política de aprovisionamiento	1. Organización de sistema de distribución capilar	1. Organización de almacenes
2. Planificación de stocks	2. Subcontratación del servicio de transporte	2. Política y gestión de stocks del almacén
3. Gestión de la producción y de los materiales	3. Planificación de cargas y programación de rutas de reparto	3. Coordinación y gestión del equipo de trabajo del almacén
4. Programación y control de proyectos	4. Resolución de incidencias en el reparto de mercancías	4. Control y detección de necesidades humanas y materiales del almacén
5. Planificación del aprovisionamiento		5. Reg. de la act. de almacenaje y recomendaciones aplicadas al diseño de almacenes
<b>MF1004_3: Gestión de proveedores (90 h)</b>	<b>MF1013_3: Transporte de larga distancia (120 h)</b>	<b>MF1015_2: Gestión de operaciones del almacén (120 h)</b>
1. Gestión de compras en la función de aprovisionamiento	1. Planificación del servicio de transporte de larga distancia	1. Gestión de operaciones del almacén
2. Seguimiento y control de proveedores	2. Transporte intermodal	2. Coordinación del trabajo en equipo de almacén
3. Técnicas de comunicación en la gestión de proveedores	3. Protección física de las mercancías en el transporte intermodal	3. Gestión y control de pedidos del almacén
4. Técnicas de negociación con proveedores	4. Gestión y control de operaciones de transporte de larga distancia	4. Normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén
<b>MF1005_3: Optimización de la cadena logística (120 h)</b>		
1. Logística integral en la empresa		
2. Logística inversa		
3. Servicio al cliente		
4. Aplicación de sistemas de información y comunicación en logística		
<b>MF1006_2: Inglés profesional para logística y transporte internacional (90 h)</b>		
1. Gestión de operaciones de transporte y logística internacional en inglés		
2. Gestión de relaciones con clientes/proveedores de servicios de transporte		
3. Gestión de incidencias en inglés		

## Itinerario 2: Gerentes de Pymes especializados en comercio internacional

La mayoría de las empresas de la Comunidad de Madrid, al igual que en el resto de España, están configuradas por PYMES. En muchas ocasiones los gerentes de estas empresas, disponen de un carácter emprendedor, aunque no parten con una formación profesional reglada o la que disponen no es adecuada a las necesidades propias que requiere la actividad de comercio internacional.

Los gerentes de las pequeñas y medianas empresas que disponen de cierta actividad comercial en los mercados internacionales, tienen en opinión de los expertos consultados a lo largo del estudio una serie de carencias formativas relacionadas con la **gestión internacional de sus negocios, tanto en el ámbito de la negociación como en el del marketing y las estrategias comerciales**.

Este itinerario recoge una serie de módulos formativos que capacitan para el ejercicio de estas funciones, **aumentando las competencias profesionales y su polivalencia**.

Gerentes de Pymes → Comercio internacional
<p><b>Módulos Formativos</b></p> <p>MF1008_3: Marketing-mix internacional (120 h)            MF1009_3: Negociación y compraventa internacional (120 h)            MF1010_3: Inglés profesional para comercio internacional (120 h)</p>
<p><b>Contenidos transversales a todos los módulos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativa internacional aplicable a la formación de acuerdos precontractuales: convenios internacionales, reglas de la cámara de comercio internacional, elementos de derecho mercantil, etc.</li> <li>- Útiles, aplicaciones informáticas de carácter internacional y gestión de la compraventa internacional.</li> </ul> <p><b>Ámbito Profesional:</b></p> <p><i>Desarrolla su actividad profesional, por cuenta ajena y propia, en el departamento de exportación importación de cualquier empresa, en empresas intermediarias del comercio internacional tales como agencias transitarias, agencias comerciales, agencias de aduanas, empresas de asesoramiento comercial, importadores, exportadores, distribuidores-comercializadores, asociaciones, instituciones, y otros organismos gubernamentales y no gubernamentales que realicen transacciones internacionales.</i></p>
<p><b>RD 109/2008 CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL</b></p>

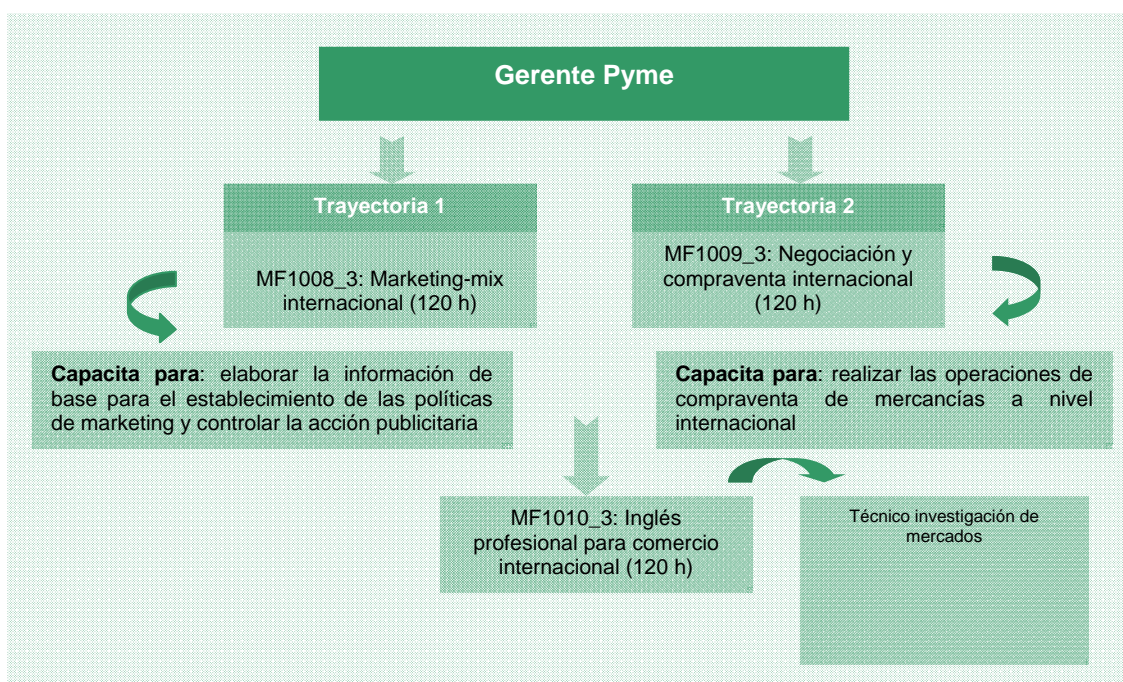
Por ello se propone el siguiente itinerario formativo con dos trayectorias profesionales:

- **Trayectoria 1: Marketing**
- **Trayectoria 2: Negociación internacional**

Ambas trayectorias profesionales pueden ser cumplimentadas con la realización de un módulo formativo relacionado con **el inglés profesional para comercio internacional, puesto que es otra de las necesidades formativas detectadas a lo largo del estudio.**

La realización de ambos itinerarios formativos **capacitan para:**

*La aplicación de las políticas de marketing-mix internacional, y asistir en los procesos de negociación vinculados al contrato de compraventa internacional utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera.*



**Trayectoria 1: Marketing internacional:** con la realización del módulo formativo que se indica en este itinerario el gerente de la pequeña o mediana empresa que comienza su actividad comercial en los mercados internacionales, **podría realizar las siguientes realizaciones profesionales:**

- Obtener y valorar la información acerca del producto o servicio y de los factores que lo definen para **elaboración de la política del producto.**
- Obtener y evaluar la información necesaria del precio propio y de la competencia para la **elaboración de la política de precios.**
- Evaluar la estructura del canal de distribución para **optimizar el tiempo y los costes.**
- **Organizar la campaña publicitaria** de acuerdo con los objetivos definidos y controlar la eficacia de la acción desarrollada
- Organizar la información de base obtenida en la valoración de las variables que intervienen en el marketing-mix para **la elaboración del plan.**



**Trayectoria 2: Negociación y compraventa internacional:** la realización del módulo formativo que se indica en el esquema anterior capacita para las siguientes capacidades terminales:

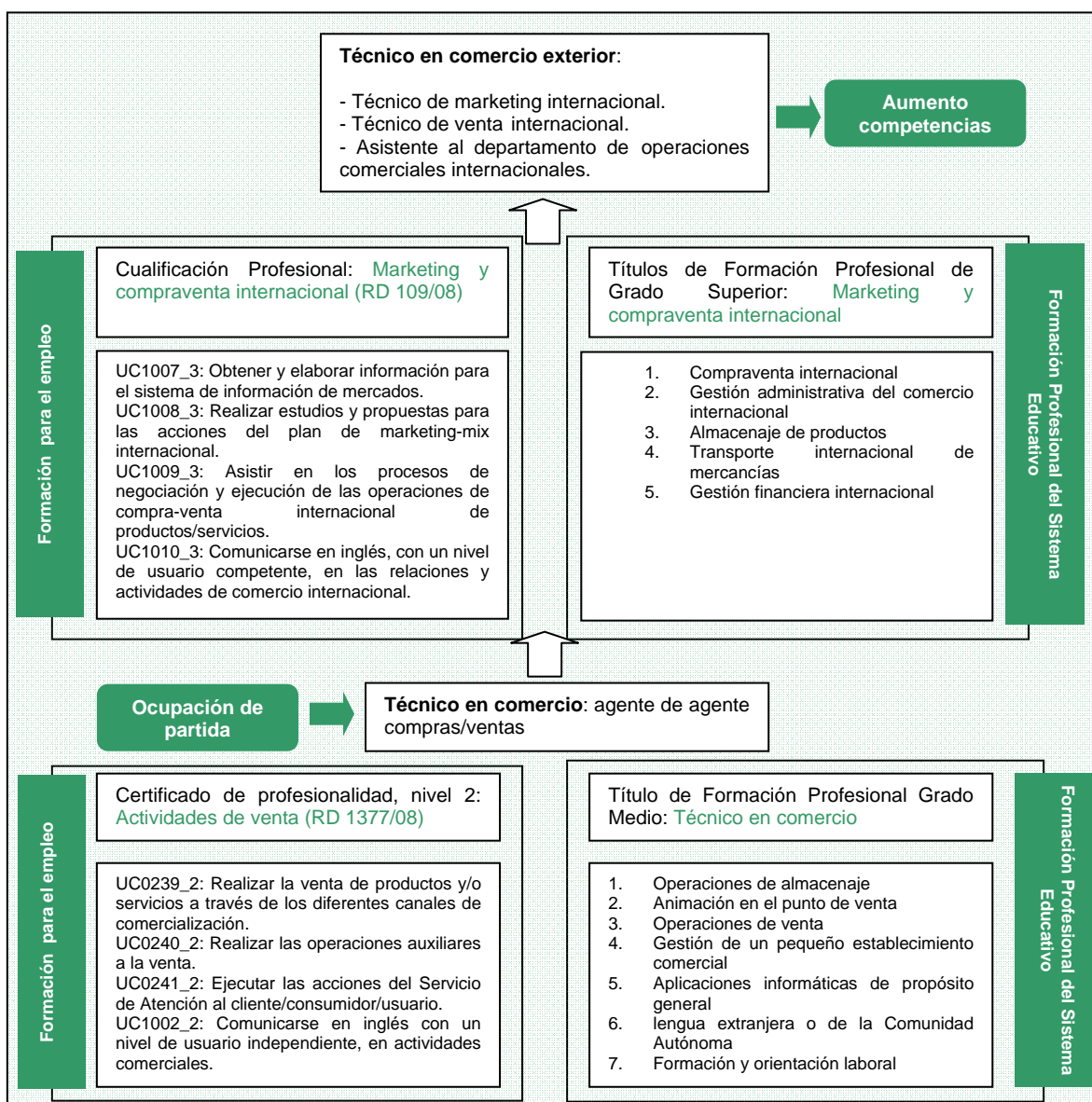
- **Analizar las variables** que intervienen en el desarrollo de estrategias de marketing internacional.
- **Definir procedimientos** para obtener información relevante en la elaboración de estudios de mercado internacionales.
- Analizar **los principales factores que definen la estructura de los canales de distribución** en mercados de exportación.
- **Analizar las distintas acciones promocionales** que pueden desarrollarse en la aplicación de planes de marketing internacional
- Evaluar la posibilidad **de implantación de redes comerciales internacionales** a partir de unos objetivos definidos.
- **Elaborar presupuestos** que valoren la implantación de planes de marketing internacional
- **Aplicar técnicas de comunicación** adecuadas en la preparación y desarrollo de relaciones comerciales internacionales.
- **Aplicar técnicas adecuadas en la negociación** de condiciones de operaciones de compra o venta internacional
- Interpretar la normativa de contratación internacional que regula las operaciones de compraventa.
- **Elaborar el precontrato asociado al proceso de compraventa internacional**, de acuerdo con la normativa de contratación internacional.

Este itinerario se realiza a partir de la cualificación profesional Marketing y compraventa Internacional de nivel 3, puesto que no existe un certificado de profesionalidad asociado para esta cualificación. Así mismo se han utilizado los contenidos de dos títulos de formación profesional: comercio internacional y gestión comercial y marketing

### Itinerario 3: Técnico de comercio, especializados en comercio exterior

A lo largo del estudio, se ha detectado que las empresas que comienzan la actividad internacional no disponen de especialistas en el comercio exterior y que en muchas ocasiones trabajan en esta actividad con los mismos profesionales que disponen inicialmente. La actividad de comercio internacional requiere de especialistas en la materia y el siguiente itinerario formativo trata de aumentar las competencias profesionales en este ámbito, especializando a los trabajadores en el ámbito internacional; partiendo de unos conocimientos comerciales de nivel 2, se trata de aumentar las competencias profesionales pudiendo adquirir algunas de nivel 3.

Este itinerario **capacita para:** *Gestionar los planes de actuación relacionados con operaciones de compraventa, almacenamiento, distribución y financiación en el ámbito internacional, de acuerdo con objetivos y procedimientos establecidos.*





Se parte de una Formación Profesional reglada o para el empleo de nivel 2, para poder especializarse en comercio internacional y poder ejercer en este ámbito de actuación. La realización de algunos de los módulos formativos relacionados con la cualificación profesional de nivel 3 de marketing y la compraventa internacional capacitarían para este tipo de actividades. Así mismo existe un título de Formación Profesional de Grado Superior que capacita para la realización de este tipo de tareas: Marketing y compraventa internacional

#### Itinerario 4: Técnicos de comercio exterior → negociación internacional

Uno de los déficits formativos encontrados a lo largo del estudio, y especialmente destinado a los perfiles profesionales con mayor nivel de cualificación están relacionados con la **negociación internacional**.

Los negocios internacionales son medios para alcanzar objetivos relacionados principalmente con el acceso a terceros mercados para productos y servicios. Para mantenerse y crecer en un mercado cada vez más global caracterizado por la apertura y el uso de las tecnologías de la información y comunicación, las empresas **necesitan personal con mentalidad global capaz de identificar oportunidades de negocio de saber definir y llevar a cabo estrategias competitivas de vencimiento a los mercados internacionales**.

La realización de este itinerario capacita para trabajar en un contexto internacional e intercultural para desarrollar las siguientes funciones:

- Desarrollar la capacidad para la toma de decisiones en la planificación de las actividades exteriores
- Implementar un plan de marketing en los mercados exteriores
- Aprender a liderar equipos humanos de diferentes países
- Aprender el funcionamiento de los mercados de divisas y la gestión financiera internacional
- Conocer los principales modelos de internacionalización de las empresas
- Establecer objetivos operativos de intervención y utilizar los recursos teóricos como herramientas de análisis de mercados diferentes
- Diseñar, planificar, desarrollar estrategias de comercio exterior, de acuerdo con los objetivos establecidos

En esta trayectoria laboral se parte de un técnico en comercio exterior, para especializarlo en negociación internacional a través de la realización del siguiente itinerario formativo.

**Técnico en comercio exterior→ negociación internacional****Módulos Formativos**

Negociación internacional  
Estrategia Empresarial Internacional  
Marketing Internacional y nuevas tecnologías  
Habilidades directivas  
Finanzas Internacionales  
Organización económica internacional e integración económica  
Política de empresa y la internacionalización de la empresa en los diferentes mercados internacionales  
Inglés de negocios

**Contenidos transversales a todos los módulos**

- Normativa internacional aplicable a la formación de acuerdos precontractuales: convenios internacionales, reglas de la cámara de comercio internacional, elementos de derecho mercantil, etc.
- Útiles, aplicaciones informáticas de carácter internacional y gestión de la compraventa internacional.

**Ámbito Profesional:**

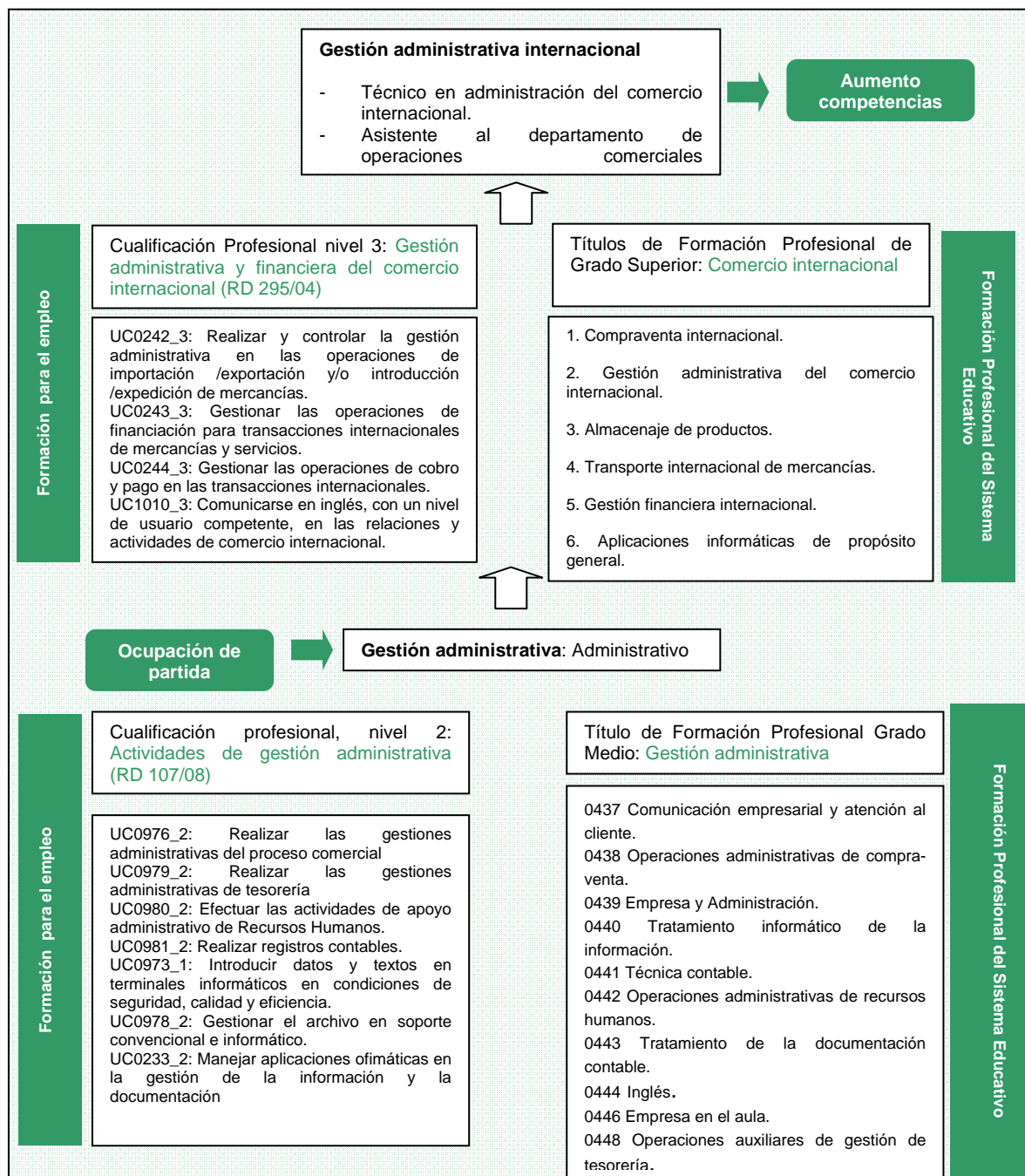
*Desarrolla su actividad profesional, por cuenta ajena y propia, en el departamento de exportación importación de cualquier empresa, en empresas intermediarias del comercio internacional tales como agencias transitarias, agencias comerciales, agencias de aduanas, empresas de asesoramiento comercial, importadores, exportadores, distribuidores-comercializadores, asociaciones, instituciones, y otros organismos gubernamentales y no gubernamentales que realicen transacciones internacionales.*

**Itinerario 5A: Administrativos → Gestión administrativa internacional**

Una de las grandes salidas profesionales de los titulados en Formación Profesional, se destinan principalmente hacia las tareas administrativas y burocráticas. Los expertos consultados a lo largo del estudio han detectado **una serie de necesidades formativas vinculadas a estos profesionales como son finanzas, contabilidad, gestión administrativa, idiomas, etc.**

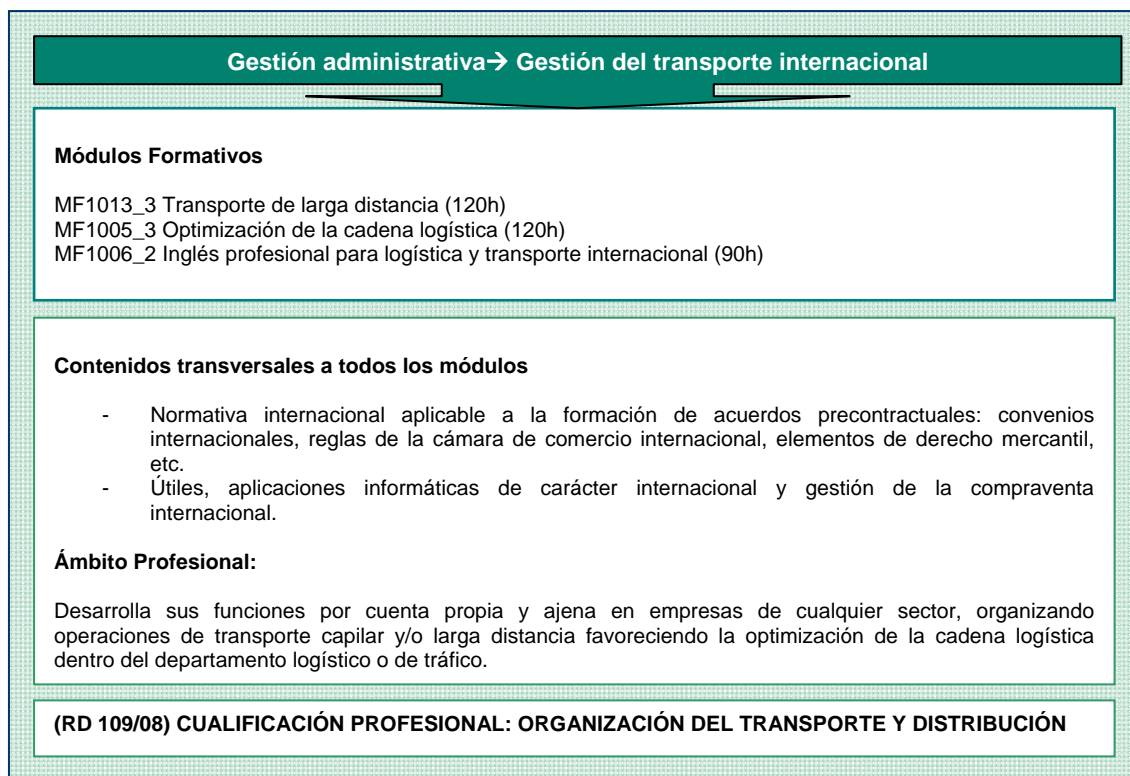
El siguiente itinerario formativo trata de **aumentar las competencias profesionales de los trabajadores y desempleados en el ámbito de la gestión administrativa y orientar su trayectoria profesional para la gestión administrativa del comercio internacional**. Este itinerario se destina a los profesionales ubicados en las empresas pequeñas o medianas con cierta actividad de carácter internacional o para aquellos que han comenzado su actividad en comercio exterior. Se trata de reciclar a los profesionales para el ejercicio de esta profesión, puesto que a lo largo del estudio se han detectado, entre otras, este tipo de necesidades formativas. En el siguiente esquema se muestra como un profesional en el ámbito de la administración, puede llegar a disponer competencias profesionales en el ámbito del comercio exterior.

En este itinerario se parte con unas competencias profesionales de nivel 2, de carácter generalista de las actividades de gestión administrativa y trata de llegar a obtener competencias profesionales de mayor nivel orientadas a la gestión administrativa de las actividades de comercio exterior. Por tanto este itinerario trata de especializar a los trabajadores y desempleados en este ámbito.



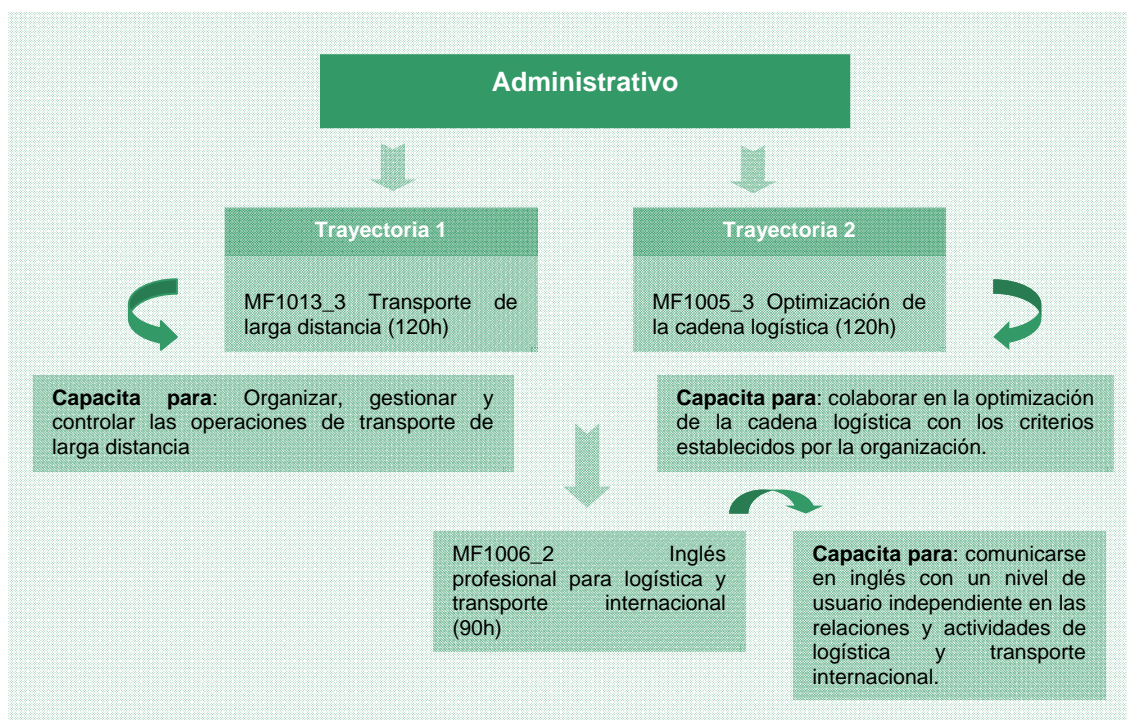
### Itinerario 5B: Administrativos → Gestión del transporte internacional

El anterior itinerario formativo, trataba de especializar a los trabajadores y desempleados en gestión administrativa internacional, en el itinerario actual, trata de **aumentar las competencias profesionales en el ámbito de la gestión del transporte internacional**, puesto que en opinión de los expertos consultados es una de las necesidades formativas y a la vez una tendencia profesional al alza en los niveles de cualificación intermedios: especialmente relacionados con la **logística y el transporte**.



Este itinerario tiene dos trayectorias profesionales diferentes:

- **Trayectoria 1: Transporte internacional**
- **Trayectoria 2: Logística**



### Trayectoria 1: Transporte internacional.

Con la realización de esta trayectoria profesional el administrativo especialmente de una empresa pequeña o mediana con cierta actividad de carácter internacional estará capacitado para la realización de las siguientes realizaciones profesionales:

- **Seleccionar la ruta y combinación** posible de distintos modos de transporte de una operación de transporte, al menor coste posible, y de acuerdo a las especificaciones recibidas.
- **Realizar las gestiones que garanticen el tránsito de las mercancías y/o unidades de carga o transporte**, entre distintos países y modos de transporte, de acuerdo con la normativa vigente y especificaciones recibidas.
- **Garantizar la integridad de las mercancías, desde su origen hasta su destino** de acuerdo a la normativa vigente, modo/s de transporte/s, transbordos y consolidación/desconsolidación de cargas, establecidos para cumplir las condiciones de calidad del transporte.
- **Supervisar operaciones de transporte de larga distancia** de acuerdo con los objetivos especificados para asegurar la localización y calidad del servicio en cualquier momento del recorrido.

### Trayectoria 2: Logística.

La realización de la segunda trayectoria capacita para la realización de las siguientes realizaciones profesionales:

- **Coordinar las actividades dentro de la cadena logística** realizando el seguimiento de las mercancías para asegurar la trazabilidad y calidad de las operaciones logísticas.
- **Elaborar el presupuesto de costes de la cadena logística** realizando los cálculos necesarios y considerando la totalidad de los costes asociados a la operación, para controlar las posibles desviaciones.
- **Gestionar las operaciones sujetas a la logística inversa**, determinando el tratamiento a dar a las mercancías retornadas, para mejorar la eficiencia de la cadena logística.
- **Gestionar los flujos de información con clientes y proveedores** proponiendo acciones correctoras para mejorar la calidad y eficiencia de la cadena logística.
- **Resolver los imprevistos, incidencias y reclamaciones** que se produzcan en la cadena logística, de acuerdo al plan de calidad de la empresa para asegurar la satisfacción del cliente interno y externo.

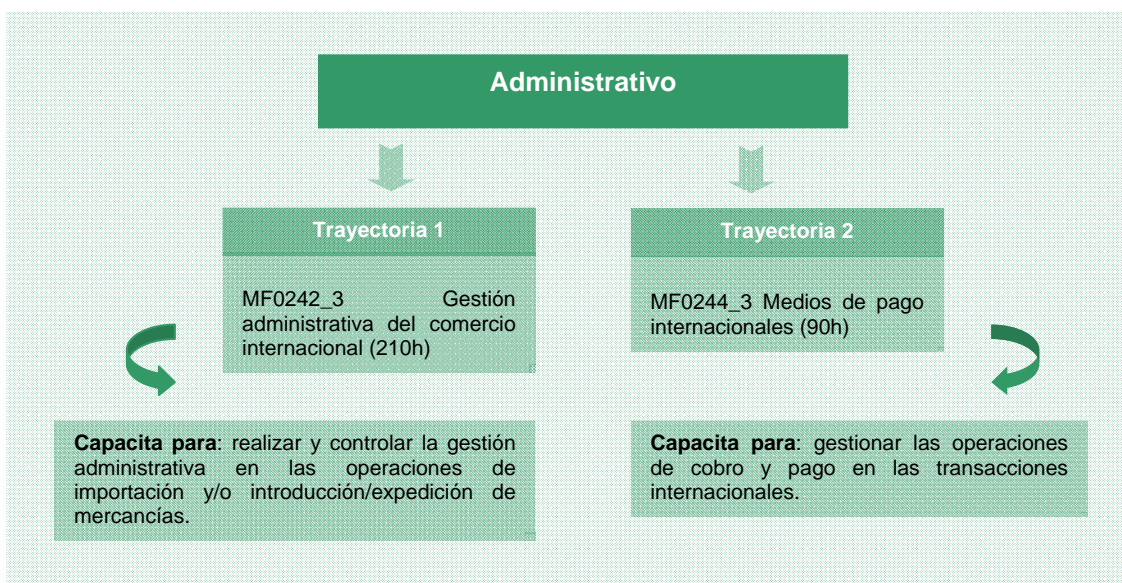
Así mismo, como aspectos fundamental en la realización de tareas relacionadas con el comercio internacional, ambas orientaciones profesionales o trayectorias pueden cumplimentarse con la realización del tercer módulo formativo: *inglés profesional para logística y transporte internacional*.



### Itinerario 5C: Administrativos→Comercio electrónico/aplicaciones informáticas

Se ha observado a lo largo del estudio la importancia de las nuevas tecnologías de la comunicación e información dentro del sector, tanto actualmente como a medio plazo. Una de las necesidades vinculadas a las tendencias del sector se encuentra el desarrollo del comercio electrónico, así como el uso y conocimiento de las aplicaciones informáticas de carácter internacional.

Este itinerario formativo capacita para *realizar la gestión administrativa y financiera, así como la de los medios de cobro y pago en las operaciones de comercio internacional, de acuerdo con objetivos y procedimientos establecidos.*



### Itinerario 4: Comercio electrónico y aplicaciones informáticas

Se ha observado a lo largo del estudio la importancia de las nuevas tecnologías de la comunicación e información dentro del sector, tanto actualmente como a medio plazo. Por lo tanto, se plantea un itinerario de formación dirigido a los **trabajadores relacionados con las ventas, consistente en la realización de módulos orientados al comercio electrónico y/o venta y atención telefónica.**

Este itinerario capacita para *realizar la venta de productos y/o servicios a través de los canales de comercialización relacionados con las nuevas tecnologías de la comunicación e información, así como para realizar las operaciones de recepción y apoyo a la gestión administrativa derivada de las relaciones con el público o cliente, interno o externo, con calidad de servicio, dentro de su ámbito de actuación y responsabilidad, utilizando los medios informáticos y telemáticos.*

Certificado de profesionalidad: Actividades de venta	
MF0239_2: Operaciones de venta (160 horas)	
UF0032: Venta online. (30 horas)	
1. Internet como canal de venta 2. Diseño comercial de páginas web	
MF0241_2: Información y atención al cliente/consumidor/usuario (120 horas)	
UF: Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor	
1. Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor 2. Técnicas de comunicación a clientes/consumidores	
Certificado de profesionalidad: Actividades administrativas en la relación con el cliente	
MF0975_2: Técnicas de recepción y comunicación (90 horas)	

Certificado de profesionalidad: UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación	
<b>MF0975_2: Técnicas de recepción y comunicación (90 horas)</b>	
<b>MF0976_2: (Transversal) Operaciones administrativas comerciales (160 horas)</b>	
• UF0349: (Transversal) Atención al cliente en el proceso comercial (40 horas)	
• UF0350: (Transversal) Gestión administrativa del proceso comercial (80 horas)	
• UF0351: (Transversal) Aplicaciones informáticas de gestión comercial (40 horas)	
<b>MF0973_1: (Transversal) Grabación de datos (90 horas)</b>	
<b>MF0978_2: (Transversal) Gestión de archivos (60 horas)</b>	
<b>MF0233_2: (Transversal) Ofimática. (190 horas)</b>	
• UF0319: (Transversal) Sistema Operativo, Búsqueda de la Información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. (30 horas)	
• UF0320: (Transversal) Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos. (30 horas)	
• UF0321: (Transversal) Aplicaciones Informáticas de Hojas de Cálculo. (50 horas)	
• UF0322: (Transversal) Aplicaciones Informáticas de Bases de Datos Relacionales (50 horas)	
• UF0323: (Transversal) Aplicaciones Informáticas para Presentaciones: Gráficas de Información. (30 horas)	

### **MF0242\_3: Gestión administrativa del comercio internacional (210 h)**

Capacita para: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación /exportación y/o introducción /expedición de mercancías.

- Establecer un sistema eficaz de información que apoye las actividades de compraventa internacional.
- **Gestionar y controlar el seguro de las mercancías** para garantizar la responsabilidad de acuerdo con la normativa vigente y con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.
- **Realizar las gestiones administrativas necesarias para la importación/exportación y/o introducción/expedición** de las mercancías y servicios de acuerdo con la normativa vigente.
- Controlar que la **gestión administrativa de las operaciones de compra-venta internacional** se realiza de acuerdo con la normativa vigente

### **MF0244\_3: Medios de pago internacionales (90 h)**

Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.

- Analizar los **posibles medios de cobro o pago internacionales adecuados a las operaciones comerciales de mercancías**, servicios o proyectos.
- Gestionar las posibles garantías y avales adecuados a las transacciones internacionales.
- Gestionar los medios de pago y cobro en las transacciones internacionales de acuerdo con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa.
- Gestionar la documentación necesaria para el cobro y pago de las operaciones de comercio internacional, según la legislación aplicable.



### Itinerario 6: Transportistas, ampliar conocimientos hacia el transporte internacional

En un mundo cada vez más globalizado el intercambio de mercancías, se realiza de forma más ágil y flexible, este ámbito evoluciona rápidamente y los transportistas deben tener ciertos conocimientos sobre logística, normativas internacionales y transporte multimodal. Al mismo tiempo que necesitan disponer de ciertos conocimientos en idiomas para poder comunicarse de forma eficiente con la persona encargada de la recogida o recepción de la mercancía y con el cliente final en algunos casos.

Para poder ejecutar el siguiente itinerario formativo, es necesario partir de la unidad de competencia: conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera:

UC1461\_2: Preparar y realizar el mantenimiento de primer nivel de vehículos de transporte urbano e interurbano por carretera.

UC1462\_2: Realizar la conducción del vehículo y otras operaciones relacionadas con los servicios de transporte.

UC1463\_2: Planificar los servicios de transporte y relacionarse con clientes.

UC1465\_2: Supervisar y/o realizar los procesos de carga y descarga de mercancías.

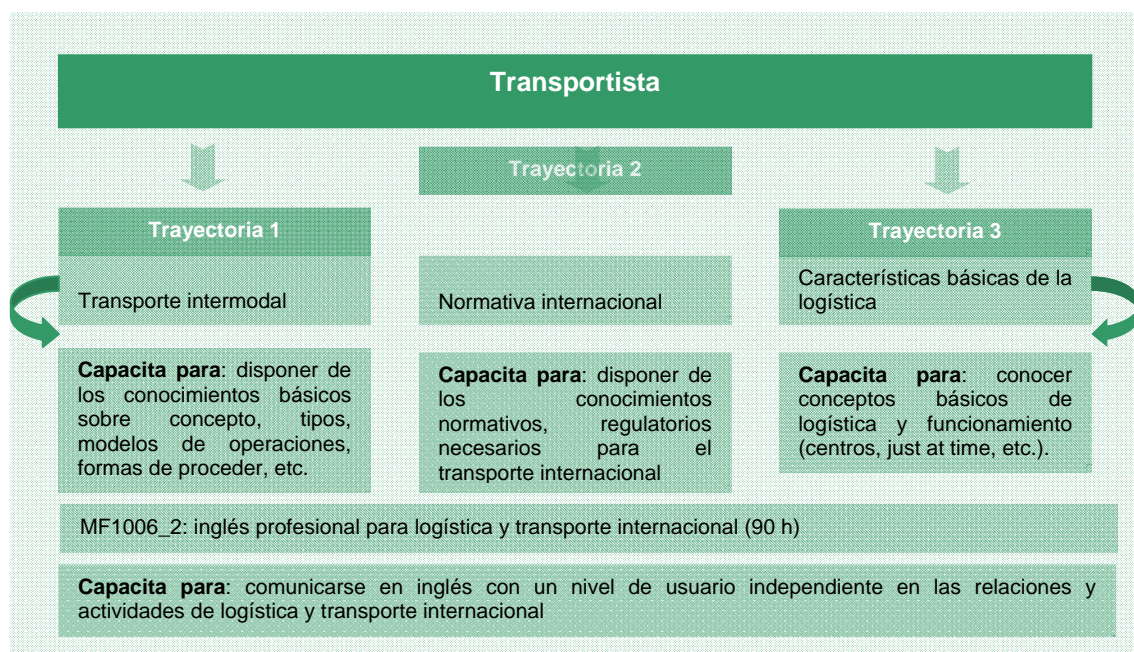
Para realizar la labor de transportista de una manera más eficiente a nivel internacional, además de disponer de estos conocimientos, los expertos consultados a lo largo del estudio, indican la necesidad de la realización del siguiente itinerario formativo.

Transportista → transporte internacional
<p><b>Módulos Formativos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transporte intermodal (sistemas y equipos, infraestructuras, nuevos proyectos.)</li> <li>2. Normativa internacional</li> <li>3. Características básicas de logística</li> <li>4. MF1006_2: inglés profesional para logística y transporte internacional (90 h)</li> </ol>
<p><b>Contenidos transversales a todos los módulos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativa de carácter internacional</li> <li>- Nuevas tecnologías</li> <li>- Seguridad y prevención de riesgos laborales</li> </ul> <p><b>Ámbito Profesional:</b></p> <p>Desarrolla sus funciones por cuenta propia y ajena en empresas de cualquier sector, organizando operaciones de transporte capilar y/o larga distancia favoreciendo la optimización de la cadena logística dentro del departamento logístico o de tráfico.</p>
<p><b>(RD 109/08) CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ORGANIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN</b></p>

### Trayectoria 1. Transporte intermodal:

Según la Convención de las Naciones Unidas sobre Transporte Internacional Multimodal de Mercancías, el Transporte Multimodal se define así: *"El transporte de mercancía utilizando, al menos dos modos de transporte diferentes, cubierto por un contrato de transporte multimodal, desde un sitio en un país donde el operador de transporte multimodal se encarga de ellas, hasta un sitio designado para entrega, situado en un país diferente"*.

Los expertos indican la necesidad de aumentar competencias de los transportistas especialmente en transporte intermodal.



## Itinerario 7: Organizadores de conferencias y eventos

Actualmente, como hemos visto anteriormente la gestión comercial de bienes y servicios, tiene cada vez mayor importancia frente a la producción. La organización de conferencias y eventos es una de las vías para la difusión y publicidad de las empresas, en las que pueden mostrar sus capacidades. Por ello el siguiente itinerario se encarga de especializar a los trabajadores y desempleados hacia la organización y coordinación de servicios para conferencias, eventos, funciones, banquetes y seminarios en el ámbito internacional.

Los titulados en Organización de Congresos Eventos y Ferias pueden ocupar puestos de trabajo de distinta responsabilidad (dirección, organización, promoción, gestión, etc.) en diferentes instituciones.

Organizadores de conferencias y eventos
<p><b>Módulos Formativos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Claves en los procesos de organización de congresos, eventos y ferias, tipos de eventos.</li> <li>2. Elementos de gestión empresarial y comercial de congresos, eventos y ferias</li> <li>3. Marketing</li> <li>4. Políticas, derecho y administración de empresas del sector de congresos, eventos y ferias</li> <li>5. Publicidad</li> <li>6. Relaciones públicas</li> <li>7. Protocolo</li> <li>8. Gestión de calidad</li> <li>9. Idiomas: inglés especializado.</li> </ol>
<p><b>Contenidos transversales a todos los módulos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativa de carácter internacional</li> <li>- Nuevas tecnologías</li> <li>- Seguridad y prevención de riesgos laborales</li> </ul>
<p><b>Ámbito Profesional:</b></p> <p>Desarrolla sus funciones por cuenta propia y ajena en empresas de cualquier sector, organizando y coordinando servicios para conferencias, eventos, funciones, banquetes y seminarios en el ámbito internacional.</p>

## RESUMEN

Como se viene explicando a lo largo del estudio, los perfiles profesionales ubicados en las empresas del comercio internacional suelen disponer de un nivel formativo mayor que las empresas domésticas. A pesar de que estos profesionales tengan mayores niveles de cualificación profesional, a lo largo del estudio se han detectado una serie de necesidades formativas entre las que destacan:

- Idiomas: Inglés y un segundo idioma
- Investigación de mercados
- Técnicas de comercialización
- Gestión de la logística y el transporte
- Comercio electrónico
- Banca, finanzas, seguros
- Protocolo, cultura, economía
- Normativa
- Aspectos administrativos: desarrollo de tecnologías, aplicaciones, etc.
- Es necesario contar con profesionales con habilidades en comunicación, negociación, liderazgo e inteligencia emocional.

Para la gerencia de pequeñas y medianas empresas es necesario formación específica en comercio exterior, además de habilidades directivas, comerciales, marketing, Muchos de estos aspectos evolucionan con el mercado y surgen necesidades continuamente, por lo que estos profesionales deben estar formándose continuamente.

Por ello se propone adaptar y reorientar la oferta formativa del sector a corto y medio plazo, **aumentando la calidad de la formación que se imparte**. Esta calidad viene marcada especialmente por la adaptación a las tendencias y a la propia evolución del sector, respondiendo a las necesidades del mercado.

En el estudio se definen una serie de itinerarios formativos que tratan de aumentar las competencias profesionales de los trabajadores menos cualificados, especialmente destinados a aumentar la polivalencia de los trabajadores.

Todos los itinerarios formativos desarrollados en este informe, están vinculados a los Certificados de Profesionalidad, a las Cualificaciones Profesionales y a los Títulos de Formación Profesional del Sistema Educativo con la finalidad de que sean válidos y certificables.

	Ocupación de partida	Especialidad/polivalencia
Itinerario 1	Agentes de compras	Logística y transporte
Itinerario 2	Gerentes de Pymes	Marketing internacional
		Negociación internacional
Itinerario 3	Técnico en comercio	Técnicos de comercio exterior
Itinerario 4	Técnicos de comercio exterior	Negociación Internacional
Itinerario 5	Administrativos	A. Gestión administrativa internacional
		B. Gestión del transporte internacional
		C. Comercio electrónico/aplicaciones informáticas
Itinerario 6	Conductores de camiones	Transporte internacional
Itinerario 7	Organizadores de conferencias y eventos	Protocolo



## VII. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

**Índice**

---

## Contexto general de la Economía y las actividades Empresariales

En los últimos tiempos el comercio exterior se ha visto envuelto en un **proceso de globalización que ha generado un importante cambio competitivo**. Se han eliminado barreras comerciales al tiempo que han entrado en vigor políticas liberalizadoras, se han reducido los costes logísticos, de comunicación y de transferencia del conocimiento, han aparecido nuevas economías emergentes y se ha asistido a al auge del comercio mundial y de los flujos financieros.

**El sector servicios** se ha abierto más lentamente que los mercados de bienes, aunque en el 2006 se aprobó la norma **2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 22 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior** que permite a las empresas ofrecer toda una serie de servicios transfronterizos. A partir de la entrada en vigor de esta normativa se ha producido una rápida expansión del comercio de servicios en Europa. Al mismo tiempo también se **han liberalizado los servicios financieros y se han reducido los gastos y comisiones bancarias en pagos transfronterizos**.

**Estados Unidos, Reino Unido y Alemania son los 3 primeros exportadores e importadores a nivel mundial de servicios**, actividad que genera mayor valor añadido.

España es uno de los países más activos en el comercio de mercancías y de de servicios, dirigiéndose principalmente a Estados Unidos y China.

- **Es el 17º exportador y 12º importador mundial de mercancías.**
- **Es el 7º exportador y 9º importador mundial de servicios.**

**Según la OCDE, España fue el país 16º que más Inversión Extranjera Directa recibió en 2009** (15.000 millones de dólares).

El empleo en el sector de comercio exterior en España se compone principalmente de trabajadores en exportación de bienes (65,1%), aunque actualmente se tiene a apostar por sectores que generan mayor valor añadido **como los servicios**.

En cuanto al número de personas ocupadas en este sector, se incrementa cada vez más. **En el año 2000 existían en España 182.992 ocupados en exportaciones de bienes y servicios, mientras que en el año 2009 esta cifra ascendía a 246.364.**

En términos de Producto Interior Bruto, el sector servicios en la Comunidad de Madrid representa el **78,9% del PIB**, de esta forma se comprende que el **83,5% de las personas ocupadas se encuentren empleadas en el sector servicios**; siendo la rama de actividad de comercio, reparación de vehículos de motor y motocicletas, transporte y almacenamiento; hostelería la que aglutina un mayor número de empleos (supone el 26,2% de los empleos).

**La Comunidad de Madrid es la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de empresas exportadoras, seguida de Cataluña, encontrándose el 18,3% de las empresas exportadoras nacionales se ubicadas en la Comunidad de Madrid.**

**El 81,6% de las exportaciones de productos que se realizan en la Comunidad de Madrid lo configuran las materias primas, productos industriales y bienes de equipo**, y un 14,1% de las exportaciones son de bienes de consumo. En el caso de las importaciones **el 74,0% son de materias primas, productos industriales y bienes de equipo**, y un 19,3% es de bienes de consumo.



En relación a las exportaciones, se advierte que **la mayoría de los productos exportados en la Comunidad de Madrid** (el 69,7%) lo configuran los **productos de las industrias químicas y derivados (21,6%), productos de máquinas y aparatos de material eléctrico, grabadoras o reproductoras de imagen y sonido (19,4%), material de transporte (16,5%) así como los productos minerales (12,2%)**. Mientras tanto a nivel nacional la exportación de estos productos supone el 52,8%.

Teniendo en cuenta los principales lugares de comercialización, **el 85,9% de las expediciones procedentes de la Comunidad de Madrid, se realizan hacia Francia (23,4%), Portugal (22,7%), Alemania (17,7%), Italia (11,7%) y Reino Unido (10,4%)**.

Al analizar las empresas exportadoras, existen en la Comunidad **17.964 empresas exportadoras** (enero-octubre 2010), lo que representa el 18,3% de las empresas exportadoras de productos a nivel nacional. Esta cifra ha ido descendiendo desde el 2005.

**En el año 2010 en la Comunidad de Madrid, existieron un total de 5.674 empresas exportadoras regulares de productos, suponiendo el 14,9% de las empresas exportadoras regulares a nivel nacional.**

Los sectores con mayor actividad y al mismo tiempo con mayor facturación, **en términos de exportaciones, son material de transporte, industria química, el material eléctrico y electrónico, así como energía y agua**, ambas actividades suman el 65,8% de las exportaciones en la Comunidad de Madrid. Entre los sectores con menor actividad, se encuentran actividades como minería no energética, estructuras metálicas, agricultura y pesca, industria no metálica y artículos metálicos.

### Procesos Productivos del sector objeto de estudio

Las **actividades económicas** tienen como finalidad, la obtención de bienes o servicios para intercambiar en el mercado nacional y/o internacional y obtener ganancias que permitan satisfacer las necesidades individuales y colectivas.

**El comercio exterior** puede definirse como el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de productos finales, materias primas o productos agrícolas.

Existen diversas formas de comercializar un producto al exterior y una misma empresa puede seguir diferentes estrategias en función de las características de los mercados. Estas fases pueden realizarse de forma consecutiva, o de forma independiente.

Por tanto las empresas siguen diferentes estrategias para comercializar los bienes o servicios con el exterior, **sin seguir necesariamente unas secuencias establecidas**. En general el proceso de internacionalización comienza con la venta directa a mercados más próximos, tanto cultural como geográfica, para posteriormente ir ampliando mercados y llevar alguna inversión directa como consolidación en el mercado exterior y tener un mayor control sobre su comercialización.

**Los grados de integración del comercio exterior** son los siguientes:

- Acceso al mercado exterior
- Consolidación del mercado
- Implantación comercial
- Inversión directa



El sector del comercio exterior en España está aumentando en creatividad e innovación para poder estar al mismo nivel que sus competidores europeos, esto supone implantar nuevos mecanismos tecnológicos que ayuden a realizar el proceso en un menor tiempo y de la forma más eficaz. **La introducción del comercio electrónico, la venta online, y las nuevas aplicaciones usadas a nivel internacional para el comercio exterior, suponen un punto de avance en nuestra economía.**

En España y en la Comunidad de Madrid, uno de los sectores más exportados e importados es **el sector de material electrónico, equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones**. La Comunidad de Madrid se encuentra por encima del resto de comunidades autónomas en personal ocupado en alta tecnología.

Cambios previsibles en los procesos productivos:

- Innovación tecnológica, inversión en investigación y desarrollo e innovación (I+D+i)
- Comercio electrónico y nuevas aplicaciones y herramientas de comunicación y comercio internacional
- La apertura hacia nuevos mercados y la apertura de nuevas plantas
- Aumento de la competencia exterior
- Mayor cuidado hacia la calidad, medioambiente, prevención de riesgos laborales y cambios en la normativa.

**La tendencia actual del comercio exterior gira en torno a los servicios.**

La importación y exportación de mercancías en España disminuye en comparación con otros países emergentes como China e India que ganan en competitividad. Las empresas que apuestan por comercializar servicios **son más globales, más flexibles y la comercialización suele ser más directa**. De esta manera se generan beneficios más rápidos y en la mayoría de las ocasiones de mayor valor añadido.

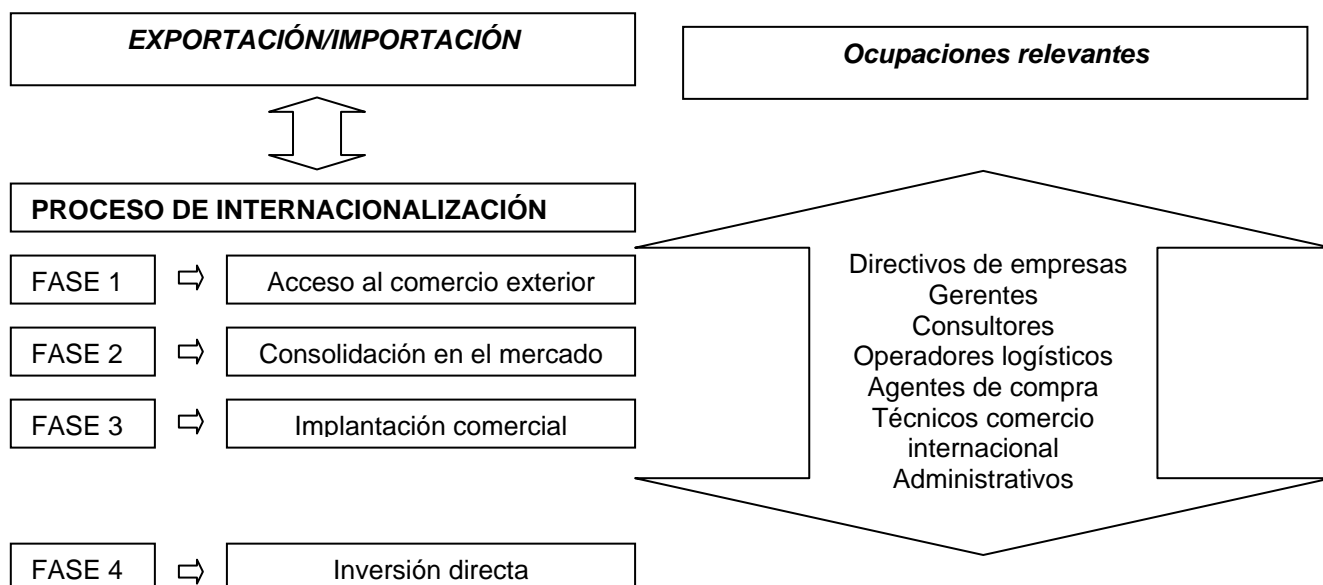
**Los expertos consultados señalan que la diversificación del riesgo es mayor en las empresas que actúan en mercados internacionales.**

Según un informe del Banco de España el 70% de las grandes empresas realizan exportaciones. Son las grandes empresas quienes disponen de mayores recursos y por consecuencia pueden abordar proyectos de gran envergadura. Su estabilidad en los mercados internacionales es superior a la de las Pymes. No obstante, existe una creciente salida al exterior de las empresas españolas.

## Principales resultados de la actividad productiva del sector

En general el proceso de internacionalización comienza con la venta directa a mercados más próximos, tanto cultural como geográficamente, para posteriormente ir ampliando mercados y realizar alguna inversión directa como consolidación en el mercado exterior y tener un mayor control sobre su comercialización. **Este proceso no es generalizable ni a todos los bienes ni a todos los servicios, especialmente en estos últimos, donde es frecuente la implantación en los mercados exteriores para llevar a cabo directamente el servicio en el lugar de destino.**

En cada una de estas modalidades existen una serie de ocupaciones asociadas. Entre las ocupaciones más relevantes se encuentran las siguientes:



**La innovación tecnológica**, la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), es uno de los cambios previsibles en los próximos años en las empresas de comercio exterior. Esta innovación tecnológica permitirá aumentar la competitividad de las empresas y por tanto mejorar su rentabilidad económica.

Los expertos consultados prevén que el sector servicios continuará expandiéndose a nivel internacional, generando mayor valor añadido. **El comercio electrónico, las nuevas aplicaciones de comercio internacional y nuevas herramientas de comunicación**, se usarán cada vez más, agilizando los intercambios comerciales.

En España y en concreto en la Comunidad de Madrid, las tendencias actuales giran en torno a las siguientes actividades:

Tendencias de la comercialización de los servicios		Comercio online
Turismo		
Logística y transporte internacional		
Telecomunicaciones		
Ingeniería		
Consultoría		
Construcción		
Energía		
Tendencias de la comercialización de los productos		
Productos agroalimentarios		

A continuación se resume el análisis DAFO, sobre la situación del sector:

Debilidades	Fortalezas
<p><b>Falta de mentalidad y sensibilización empresarial</b> de las PYMES. No existe cultura de exportación.</p> <p><b>Falta de experiencia</b> de las Pymes.</p> <p><b>Falta de recursos humanos</b> formados en comercio exterior.</p> <p>Desconocimiento de los mercados internacionales.</p> <p><b>Falta de modernización infraestructuras</b> en comparación con otros países europeos.</p> <p>España está situada en la periferia de Europa, aspecto que aumenta el coste del traslado de productos. <b>Coste de transporte.</b></p> <p>Riesgo de fracaso de las empresas que solo tienen un comprador.</p> <p>Comercialización de productos de <b>poco valor añadido.</b></p> <p><b>Falta de financiación e infraestructuras</b> de las empresas.</p>	<p>La situación actual de las empresas españolas internacionalizadas, especialmente de algunos sectores: telecomunicaciones, transporte internacional, turismo, alimentación y bebidas, etc.</p> <p>Muchos países extranjeros ven a España una zona estratégica para realizar IED.</p> <p>El <b>libre comercio</b> y la bajada de aranceles.</p> <p>La Comunidad de Madrid, es un centro neurálgico importante que reúne a muchas sedes centrales de grandes empresas a partir del cual se realiza la distribución.</p> <p>La <b>confianza en los países europeos</b> para la comercialización.</p> <p>Los productos y servicios españoles ganan prestigio en el mercado europeo.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>El <b>crecimiento de países emergentes</b> como China, India, etc. dificultan la competitividad de las empresas españolas en los mercados internacionales.</p> <p>Normativa sanitaria, transitaria, normativa comercial, en determinados países, situación económica de cada país, aspectos culturales.</p> <p><b>Fuerte competencia exterior.</b> Competencia de nuevos productos industrializados. Falta de I+D+i respecto a otros países.</p>	<p>La crisis económica en España, supone una oportunidad para emprender negocios en otros países, especialmente para aquellas empresas que no vean salida comercial en España. <b>Saturación del mercado doméstico.</b></p> <p>El <b>desarrollo del comercio electrónico</b>, así como las posibilidades que permite Internet para llegar al consumidor objetivo.</p> <p>El desarrollo de la <b>comercialización de servicios</b>, lo que supone mayor valor añadido y mayor riqueza para el país.</p> <p><b>El desarrollo de mercados atractivos.</b></p> <p><b>Acceso a mercados globales.</b></p>

## Situación del empleo en el sector de actividad

### Características del empleo

En la Comunidad de Madrid, el sector servicios registra los mayores niveles de empleo y al mismo tiempo, las mayores tasas de desempleo (70,1%).

El mayor número de personas desempleadas en la Comunidad de Madrid se encuentran entre quienes:

- Buscan su primer empleo
- Han dejado su último empleo hace más de un año
- Han finalizado la segunda etapa de la Educación Secundaria
- Se encuentran en el intervalo de edad de los 25 a los 35 años

El coste laboral total del sector comercial en nuestro país se sitúa por debajo de la media del sector servicios, así como del resto de sectores (industria y construcción). No obstante, **el salario promedio del trabajador en comercio internacional se encuentra por encima** del que reciben los trabajadores en comercio a nivel nacional. La facturación de las empresas que comercializan en el exterior también es mayor, así como su dimensión.

Los trabajadores de comercio exterior disponen de un mayor nivel formativo y son empleos más cualificados. **Las labores de carácter más intelectual, como negociación o consultoría, suelen desarrollarla trabajadores con formación universitaria y especializados en comercio exterior** (master, cursos, experiencia laboral, etc.). Mientras que las labores administrativas suelen ser desempeñadas por trabajadores con Formación Profesional.

Las empresas internacionalizadas, presentan condiciones laborales de “mayor calidad”:

- Empleo más estable
- Mayor gasto en formación
- Mayor inversión en I+D+i.

En los últimos diez años, las tendencias del comercio exterior se han basado en un **proceso de globalización** que ha generado un importante cambio competitivo, aumentando la competitividad entre los países. Estos cambios implican nuevas necesidades relacionadas con la **logística internacional, legislación internacional, el desarrollo de la formación de proyectos de comercio exterior, conocimiento de procesos aduaneros, el comercio electrónico, técnicas de negociación**, etc.

En líneas generales, los organismos públicos encuentran que las empresas no reconocen como factor importante **el déficit formativo** respecto a otros países, **no son conscientes de esta necesidad formativa, ni de su importancia para el desarrollo de las empresas. Las empresas españolas están menos formadas en comercio exterior que los competidores.**

Las empresas actualmente demandan personal en dos ámbitos diferentes, los titulados universitarios, y los titulados de Formación Profesional. Para cada uno de ellos las empresas demandan una serie de competencias:

#### Negociación y venta:

- Titulación universitaria
- Idiomas (Inglés principalmente)
- Técnicas de negociación
- Protocolo, cultura
- Movilidad geográfica
- Técnicas de negociación
- Actitudes personales
- Finanzas
- Nuevas tecnologías
- 8-10 años en el sector

#### Temas administrativos y burocráticos:

- Título de formación Profesional
- Idiomas (principalmente inglés)
- Nuevas tecnologías
- Logística y transporte
- Mayor especialización en procesos administrativos
- 2-3 años en el sector

Además de esto, cada vez se demandan en mayor medida técnicos polifuncionales, que realicen diversas funciones y conozcan todo el proceso.

Las necesidades formativas que los expertos han detectado en los trabajadores españoles se centran principalmente en:

- Idiomas Inglés y un segundo idioma de los países más emergentes (China)
- Investigación de mercados
- Logística y transporte
- Técnicas de negociación
- Temas administrativos específicos
- Banca, finanzas, seguros
- Protocolo, cultura

### Configuración Ocupacional del sector

Para realizar una descripción de las ocupaciones que configuran el sector del comercio exterior, se han definido 26 ocupaciones, según la CNO-2011, y entre las más destacadas se encuentran:

**Director de Marketing internacional:** Para este puesto es necesario poseer una amplia experiencia en puestos con grandes responsabilidades como Director Comercial o Director de Exportaciones. Este perfil ha de contar con:

#### HABILIDADES

- Capacidad de análisis
- Perspectiva estratégica
- Creatividad
- Orientación al cliente.

#### FUNCIONES

- Elaboración del Plan estratégico de la empresa
- Control de los presupuestos de marketing.
- Promoción de los mercados internacionales.
- Coordinación de los Exports Areas Managers.
- Control de la red de ventas exterior.

**Director de exportaciones:** ha de ser un profesional con una sólida formación universitaria, preferentemente en el área económica y ha de tener una formación complementaria en comercio y en marketing internacional. Esta opinión es más evidente en la medida que la empresa tiene un mayor tamaño.

#### IDIOMAS

- Inglés
- Francés
- Alemán
- Italiano
- Ruso

#### CONOCIMIENTOS

- Técnicas de Comercio Exterior
- Técnicas de Negociación
- Protocolo Internacional
- Fiscalidad Internacional
- Financiación Internacional
- Contratación Internacional
- Marketing Internacional

En la Comunidad de Madrid priman principalmente las actividades comerciales de servicios, por esta razón la estructura ocupacional estará conformada en su gran mayoría por ocupaciones relacionadas con este sector. Así, **más de ocho de cada diez asalariados de la Comunidad de Madrid se encuentran ubicados en el sector servicios (83,8%).**

En cuanto a las cifras de desempleo, el porcentaje de parados en el sector servicios, es cuatro puntos porcentuales superior en la Comunidad de Madrid que en el ámbito nacional, siendo las ocupaciones relacionadas con el comercio exterior que más parados registran los peones del transporte y los descargadores, los representantes del comercio y técnicos de venta, los taxistas y conductores de automóviles y furgonetas, los secretarios y administrativos, los conductores de camiones y la dirección de departamentos de comercialización y ventas.

Las áreas que en opinión de los expertos consultados crecerán en un futuro, debido al desarrollo del comercio internacional en la Comunidad de Madrid son:

- Comercial (departamento internacional, expansión del negocio)
- Producción (pedidos de clientes extranjeros)
- Logística
- Administración
- Marketing
- I+D+i

A continuación se describen las ocupaciones que van a crear empleo, aquellas que van a ser emergentes o nuevas, las que son de difícil cobertura:

#### Ocupaciones que van a crear empleo:

- Directores comerciales y de ventas
- Representantes comerciales
- Profesionales de venta de tecnología de la información y las comunicaciones.
- Consultores de comercio exterior/técnicos de investigación de mercados especializados en comercio internacional:
- Agentes de compras/ventas internacionales
- Administrativos:
- Empleados de logística y transporte

#### Ocupaciones emergentes y nuevas:

- Expertos en comercio online:
- Expertos en gestión de proyectos multilaterales
- Abogados expertos en comercio internacional
- Experto en proyectos multilaterales
- Gestor de aduanas

#### Ocupaciones en recesión:

- Agentes de aduanas:

## Principales resultados sobre el estudio de los Recursos Humanos

Las empresas demandan dos tipos de perfiles en función de las funciones a desempeñar:

Por un lado se encuentran **los Titulados universitarios**, destinados principalmente a las labores de dirección, negociación, comercialización y estudios de mercado. Entre los más destacados se encuentran:

- Directores y gerentes
- Representante comercial
- Agente de compras
- Analistas y asesores financieros, e intermediarios de cambio, bolsa, o finanzas

Los trabajadores que disponen de **Títulos de Formación Profesional**, suelen ocupar cargos relacionados con las siguientes ocupaciones:

- Empleados de logística y transportes
- Empleados de control, abastecimiento e inventario
- Secretarios administrativos y ejecutivos

Así mismo existen otras ocupaciones como los operadores de carretillas elevadoras o los peones de transporte y descargadores que requieren un mínimo de nivel formativo para realizar el trabajo. No requiere una especialización importante.

Por el contrario, los conductores de camiones, automóviles y furgonetas de carácter internacional requieren de conocimientos específicos relacionados con la normativa internacional, idiomas para poder comunicarse con el destino de la mercancía, etc.

En las grandes empresas estas necesidades formativas son menos visibles que en las PYMES que comercializan en el exterior. En la mayoría de las ocasiones los directivos o gerentes de las empresas no tienen una visión empresarial internacional, y el reciclaje de estos perfiles es necesario para mejorar la competitividad internacional de las empresas.

Debilidades	Fortalezas
<p>Déficit de formación de las empresas Pymes que comienzan a acceder a los mercados internacionales.</p> <p>Falta de especialización en el sector</p> <p>Falta de mentalidad, sensibilización y cultura empresarial para contratar personal formado.</p> <p>Falta de conocimiento en idiomas.</p> <p>Déficit en técnicas de negociación, protocolo, logística, finanzas en el ámbito internacional.</p>	<p>Actualmente existe demanda formativa de comercio exterior tanto de Formación Profesional como de Titulaciones universitarias.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>A nivel internacional, disponen de recursos humanos formados en comercio exterior.</p> <p>Los profesionales de comercio internacional en otros países disponen de mayor dominio de idiomas</p> <p>Elevada competitividad en el mercado</p>	<p>El comercio representa un peso importante en la Comunidad de Madrid.</p> <p>La Comunidad de Madrid como centro neurálgico de sedes de grandes empresas, así como de distribución de mercancía.</p> <p>Demanda de nuevos perfiles profesionales.</p>



## Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional

No existe un sistema definido de equivalencia y reconocimiento ni en el ámbito de la Unión Europea, ni en el entorno internacional. Los reconocimientos de titulaciones quedan en el ámbito de las relaciones bilaterales entre los distintos países.

**El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP) es el instrumento del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional que ordena las cualificaciones profesionales en función de las competencias apropiadas para el ejercicio profesional.**

El CNCP está constituido por las cualificaciones profesionales más significativas, ordenadas por familias profesionales y por cinco niveles de cualificación. Se han definido 26 Familias Profesionales, en las que encajan 552 Cualificaciones Profesionales, distribuidas en 5 niveles basados en criterios de conocimientos, iniciativa, autonomía, y complejidad de la actividad a desarrollar.

Para la realización del estudio, se han tenido en cuenta 3 familias profesionales: Comercio y marketing, administración y finanzas y transporte y mantenimiento de vehículos. Actualmente existen **5 títulos de Formación Profesional** del Sistema Educativo:

- **Comercio** (Grado medio)
- **Gestión comercial y marketing** (Grado superior)
- **Gestión del transporte** (Grado superior)
- **Servicio al consumidor** (Grado superior)
- **Comercio internacional** (Grado superior)

Además, existen 3 títulos de grado superior en fase de borrador (Técnico superior en logística y transporte, Técnico superior en comercio internacional y Técnico superior en marketing y publicidad)

Al mismo tiempo existe un **Programa de Cualificación Profesional Inicial** relacionado con la familia comercio y marketing, denominada **auxiliar de comercio y almacén**.

Por otra parte, la formación para el empleo puede ser:

- **de oferta** (destinada principalmente a ocupados y desempleados)
- **de demanda** (ocupados)
- **formación en alternancia con el empleo** (desempleados y trabajadores contratados para la ocupación)
- **acciones de apoyo y acompañamiento a la formación.**

La oferta formativa puede estar vinculada o no a la obtención de un Certificado de Profesionalidad. En el primer caso, las acciones formativas tendrán carácter modular, con el objeto de favorecer la acreditación parcial acumulable de la formación recibida y posibilitar que el trabajador avance en su itinerario formativo, independientemente de su situación laboral.

Los **certificados de profesionalidad** acreditan con carácter oficial las competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral con significación en el empleo. Tales competencias estarán referidas a las unidades de competencia de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, por lo que cada certificado de profesionalidad podrá comprender una o más de dichas unidades. En todo caso, **la unidad de competencia constituye la unidad mínima acreditable y acumulable para obtener un certificado de profesionalidad.**

Existen a nivel nacional múltiples organismos que imparten formación relacionada con el comercio exterior. La mayoría de estos organismos ejercen formación para personal con formación universitaria o formación profesional, puesto que es un sector que comprende perfiles profesionales con cualificación profesional alta.

## Propuestas y orientaciones al Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales y la formación en la Comunidad de Madrid

En la Comunidad de Madrid, los expertos consultados señalan:

- que existe una demanda importante de formación en el ámbito del comercio internacional
- que la oferta formativa se adecua a las necesidades del mercado y además solventa parte de las necesidades formativas de las PYMES

Así, el grado de integración laboral de los alumnos que imparten formación profesional del sistema educativo en el ámbito del comercio exterior es alto. Los **alumnos formados en comercio exterior, se colocan rápidamente en el mercado laboral**.

**Se debe avanzar en la aprobación y desarrollo de Certificados de Profesionalidad.**

En relación a los Certificados de Profesionalidad, existen 2 aprobados de la familia **comercio y marketing** y 10 en la familia de **administración y gestión**, de los cuales 5 están aprobados y otros 5 están en trámite, previsión o elaboración. De otro

modo en la familia de **Transporte y Mantenimiento de Vehículos** no existe ningún certificado de Profesional de interés para el sector de comercio exterior.

Respecto a las **principales necesidades** de formación señaladas por las empresas del sector son las siguientes:

- **Idiomas.**
- Con relación a las **ventas, las habilidades comerciales, y el marketing, publicidad, merchandising o escaparatismo** son áreas donde la formación es fundamental.
- **Compras: habilidades de negociación, gestión de stocks y de almacenes.**
- **Comercio electrónico.**
- **Negociación internacional.**
- **Estrategias comerciales.**
- **Logística y transporte**
- **Formación de gestión para autónomos y directivos de las PYMES:** gestión empresarial y habilidades directivas. Para ello, es necesario contar con profesionales con habilidades en comunicación, negociación, liderazgo e inteligencia emocional.

Por otra parte, se han detectado una serie **de tendencias del sector y necesidades formativas** que afectan a la estructura ocupacional. A continuación, a modo de resumen, se establecen **distintas propuestas formativas destinadas a incrementar la calidad de la oferta formativa impartida del sector de comercio exterior**, que finalmente redundará en la empleabilidad de los trabajadores en el sector.

### PROPUESTAS RELATIVAS AL SISTEMA NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES:

- Necesidad de **promover y difundir** el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales
- Seguir **desarrollando y actualizando** el Catálogo de las Cualificaciones Profesionales tanto de forma transversal como horizontal.
- Adaptar las **cualificaciones más antiguas a las tendencias actuales** del sector.
- **Desarrollar nuevas cualificaciones profesionales**, especialmente en los niveles 4 y 5.

Asimismo, los expertos consultados en el estudio, realizan una serie de aportaciones para mejorar el catálogo existente y para ampliar la adaptación a las tendencias del mercado. El siguiente cuadro, resume las principales aportaciones realizadas:

Familia profesional	Cualificación actual	Modificaciones
Comercio y Marketing	<b>Gestión administrativa y financiera</b> del comercio internacional	Dividir en dos cualificaciones, por un lado la gestión administrativa del comercio internacional y por otro lado la gestión financiera.
	<b>Gestión administrativa y financiera del comercio internacional.</b> <b>Gestión comercial de ventas.</b> <b>Marketing y compraventa internacional.</b>	<b>Desarrollar unidades de competencia o realizaciones profesionales relacionadas con el comercio electrónico,</b> e incluirlas en las siguientes cualificaciones profesionales
	De forma genérica a todas las cualificaciones	Incluir aspectos relacionados con: - Las redes sociales - El marketing digital - Aplicaciones específicas para el desarrollo de la actividad
	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera (Tramitación)	Ampliar las competencias profesionales incorporando elementos relacionados con el transporte aéreo y marítimo.
	Especialmente para las cualificaciones profesionales de mayor nivel (3)	Incluir aspectos relacionados con el <b>protocolo, la cultura, economía y sociedad.</b>
	<b>Para las cualificaciones relacionadas con tareas más administrativas</b>	<b>Incorporar elementos como:</b> La gestión y la contratación de los seguros. La gestión de ayudas públicas a la exportación. La gestión de los concursos públicos a nivel internacional.
	<b>Cualificaciones relacionadas con la gestión y organización (nivel 3)</b>	Habilidades directivas
	<b>Tráfico de mercancías por carretera</b>	Incluir la siguiente unidad de competencia: UC1013_3 Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.
	<b>Organización y gestión de almacenes</b>	Incluir la siguiente unidad de competencia: UC1003_3 Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento
	<b>Desarrollar una cualificación relacionada con la gestión comercial y financiera de transporte marítimo y aéreo</b>	
	- Avanzar en el desarrollo de las cualificaciones profesionales en tramitación, previsión o elaboración	

**PROPUESTAS RELATIVAS A LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL SISTEMA EDUCATIVO:**

- Mayor conocimiento de **idiomas**
- Mejorar la **formación de los formadores**
- **Revisar módulos formativos** impartidos que no generan el grueso del empleo
- **Formación complementaria** en habilidades de personales, de dirección y de resolución de problemas
- **Implementar y desarrollar los títulos formativos en fase de borrador**

**PROPUESTAS RELATIVAS A LOS CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD**

- **Aprobar y elaborar certificados de profesionalidad** (especialmente en áreas de logística y de compraventa)
- **Avanzar en el sistema de evaluación** para la acreditación de competencias y su puesta en marcha.

**PROPUESTAS RELATIVAS A LA FORMACIÓN PARA EL EMPLEO**

- Establecer y desarrollar **itinerarios formativos** para adecuar la oferta en la Comunidad de Madrid a la realidad y evolución de la estructura productiva.
- Potenciar la formación modular y desarrollar las certificaciones profesionales
- Los planes formativos deben conjugar las cualificaciones profesionales y las competencias de cada trabajador
- Ligar la oferta de acciones formativas a la evolución de los sectores y al desarrollo ocupacional
- Facilitar el acceso a la formación, tanto reduciendo los procesos administrativos como aumentando la oferta de cursos de formación de formadores
- Acercar la **formación a la empresa**: potenciar la **formación en alternancia y los contratos de aprendizaje.**
- **prácticas profesionales en empresas**
- Incremento de la **relación del profesorado con la realidad empresarial** y del comercio exterior
- Establecer una mayor colaboración entre las empresas y los centros de formación
- **Sensibilizar a trabajadores y empresas sobre la importancia de la formación para el empleo. Llevar a cabo jornadas de sensibilización.**
- **Impartir mayor formación para el empleo en el sector**

La siguiente tabla resumen **las propuestas de itinerarios formativos realizados**:

	Ocupación de partida	Especialidad/polivalencia
Itinerario 1	Agentes de compras	Logística y transporte
Itinerario 2	Gerentes de Pymes	Marketing internacional
		Negociación internacional
Itinerario 3	Técnico en comercio	Técnicos de comercio exterior
Itinerario 4	Técnicos de comercio exterior	Negociación Internacional
Itinerario 5	Administrativos	A. Gestión administrativa internacional
		B. Gestión del transporte internacional
		C. Comercio electrónico/aplicaciones informáticas
Itinerario 6	Conductores de camiones	Transporte internacional
Itinerario 7	Organizadores de conferencias y eventos	Protocolo

Para la gerencia de pequeñas y medianas empresas es necesario formación específica en comercio exterior, además de habilidades directivas, comerciales, marketing. Muchos de estos aspectos evolucionan con el mercado y surgen necesidades continuamente, por lo que estos profesionales deben estar formándose continuamente.

Por ello se propone adaptar y reorientar la oferta formativa del sector a corto y medio plazo, **aumentando la calidad de la formación que se imparte**. Esta calidad viene marcada especialmente por la adaptación a las tendencias y a la propia evolución del sector, respondiendo a las necesidades del mercado.



## ANEXO I: RESUMEN FICHAS TÉCNICAS DEL PERFIL PROFESIONAL

**Índice**

---



A partir de esta tabla, donde se recogen las ocupaciones más relevantes sobre el comercio exterior, se describen cada uno de los perfiles profesionales.

CNO2011	Comercio exterior
1221	Directores comerciales y de ventas
1223	Directores de investigación y desarrollo
1211	Directores financieros
1431	Directores y gerentes de empresas de comercio al por mayor
1432	Directores y gerentes de empresas de comercio al por menor
2612	Asesores financieros y en inversiones
2613	Analistas financieros
3401	Profesionales de apoyo e intermediarios de cambio, bolsa y finanzas
3510	Agentes y representantes comerciales
2651	Profesionales de la publicidad y la comercialización
3522	Agentes de compras
3532	Organizadores de conferencias y eventos
4421	Empleados de agencias de viajes
3623	Profesionales de apoyo de las administraciones públicas de servicios de expedición de licencias
3629	Otros profesionales de apoyo de las administraciones públicas para tareas de inspección y control y tareas similares
4113	Empleados de oficina de servicios estadísticos, financieros y bancarios
4122	Empleados de oficina de servicios de apoyo a la producción
3531	Representantes de aduanas
3523	Consignatario
4121	Empleados de control de abastecimientos e inventario
4123	Empleados de logística y transporte de pasajeros y mercancías
8333	Operadores de carretillas elevadoras
8332	Operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales
841	Conductores de automóviles, taxis y furgonetas
843	Conductores de camiones
9811	Peones del transporte y descargadores (excepto reponedores)

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: DIRECTORES COMERCIALES Y DE VENTAS		ÁREA: DIRECCIÓN
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Dirección		
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 1221 (CIUO 1221)		
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Dependen del director general		
<b>Código SISPE 2002</b> 11330017 DR./DTO. DE COMERCIALIZACION, EN GRAL. 11330026 DR./DEPARTAMENTO DE VENTAS, EN GRAL. 11330035 DR./DEPARTAMENTO DE PROMOCION DE VENTAS 11330044 DR./DEPARTAMENTO DE RIESGOS (VENTAS) 11330053 DR./DEPARTAMENTO PLANIFICACION DE VENTAS 11330062 DR./DEPARTAMENTO DE MARKETING 11330071 DR./DEPARTAMENTO DE TELEMARKETING 11330080 DR./DEPARTAM. SERVICIO TECNICO(VENTAS) 11330091 DR./DEPARTAMENTO DE SERVICIO POST-VENTA 11330101 DR./DTO. DE ESTUDIOS DE MERCADO (VENTAS) 11330110 DIRECTOR COMERCIAL, EN GRAL.		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los directores de departamentos de comercialización y ventas planifican, dirigen y coordinan las operaciones de ventas y comercialización de la empresa u organización bajo la conducción de la dirección general y en consulta con los directores de otros departamentos o servicios.		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar, dirigir y coordinar las operaciones de venta y comercialización de la empresa u organización</li> <li>Planificar y aplicar programas de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado</li> <li>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, incentivos y campañas especiales</li> <li>Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos</li> <li>Planificar y dirigir el trabajo diario</li> <li>Representar al departamento en sus relaciones de trabajo con otros departamentos de la empresa o con terceros</li> <li>Desempeñar tareas afines</li> <li>Supervisar a otros trabajadores</li> </ul>		
<b>FORMACIÓN NECESARIA</b> Nivel de estudios: Superiores		
<b>Formación universitaria, master o postgrados</b> <b>Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:</b> Titulados en ciencias empresariales, administración y dirección de empresas económicas o similares Graduado en marketing o dirección comercial Graduados en negocios internacionales Graduado en economía y comercio internacional		
<u>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</u> conocimientos sobre dirección de empresas.		
<u>Conocimientos específicos:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de negociación</li> <li>Estrategias comerciales y marketing</li> <li>Gestión financiera.</li> <li>Recursos Humanos</li> <li>Gestión de aprovisionamiento.</li> <li>Contabilidad y Fiscalidad.</li> <li>Aplicaciones informáticas y operatorias de teclados.</li> <li>Gestión comercial y servicio de atención al cliente.</li> <li>Productos y servicios financieros y de seguros</li> <li>Idiomas: ingles y un segundo idioma.</li> </ul>		
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Las relacionadas con las Tecnologías de la Comunicación e Información: comercio electrónico, aplicaciones específicas e informática en general.		

<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad para gestionar, organizar y planificar acciones.</li> <li>- Elaboración del Plan estratégico de la empresa</li> <li>- Control de los presupuestos de marketing</li> <li>- Promoción de los mercados internacionales</li> <li>- Coordinación de los Exports Areas Managers</li> <li>- Control de la red de ventas exterior</li> <li>- Comunicarse en inglés o en otra lengua distinta en las actividades y relaciones internacionales.</li> </ul>	
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> acceso a la comercialización, estudio del mercado, selección del mercado	
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>	
Técnicas de negociación y marketing	Aplicaciones informáticas específicas
Legislación y normativa internacional que afecta a la actividad	
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b> el resultado de su actividad es la dirección, gestión y administración del departamento de comercialización.	
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> Actualmente es un perfil profesional que se mantiene estable y en un futuro con la recuperación de la economía tenderá al crecimiento.	
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directores de comercialización</li> <li>- Directores de comercio exterior</li> <li>- Directores de ventas</li> <li>- Directores de servicio postventa</li> <li>- Directores de departamentos de estudios de mercado</li> <li>- Directores de marketing</li> </ul>	

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: DIRECCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO		ÁREA: DIRECCIÓN
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Dirección		
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 1223 (CIUO 1223)		
<b>Código SISPE 2002</b>		
11370019 DR./DTO. INVESTIGACION Y DESARROLLO (I+D)		
11370028 DR. LABORATORIO INVESTIGACION Y DESARR.		
11370037 DR./DTO. DE PROYECTOS INDUSTRIALES		
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Dependen del director general		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los directores de departamentos de investigación y desarrollo planifican, dirigen y coordinan las actividades de investigación y desarrollo de la empresa u organización bajo la conducción de la dirección general y en consulta con los directores de otros departamentos o servicios.		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planificar, dirigir y coordinar las actividades de investigación y desarrollo, tanto empresa u organización como las confiadas a otras organizaciones de investigación, a fin de crear nuevos procedimientos y productos o modos de utilización de materiales nuevos o perfeccionados</li> <li>▪ Planificar el programa general de investigación y desarrollo de la empresa u organización, definir las metas de los proyectos y fijar sus presupuestos</li> <li>▪ Vigilar los gastos y asegurar la utilización racional de los recursos</li> <li>▪ Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos</li> <li>▪ Planificar y dirigir el trabajo diario</li> <li>▪ Controlar la selección, formación y rendimiento del personal de su departamento</li> <li>▪ Representar al departamento en sus relaciones de trabajo con otros departamentos de la empresa o con terceros</li> <li>▪ Desempeñar tareas afines</li> <li>▪ Supervisar a otros trabajadores</li> </ul>		
<b>FORMACIÓN NECESARIA</b>		
Nivel de estudios: Superiores		
<b>Formación universitaria, masters o postgrados</b>		
<b>Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:</b>		
Graduado en consultoría y gestión de la información		
Graduado en ciencias económicas		

Graduado en comercio internacional Graduado en desarrollo, gestión comercial y estrategias de mercado Licenciado en Investigación y técnicas de mercado					
<b>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</b> conocimientos sobre la dirección de empresas y la investigación y el desarrollo.					
<b>Conocimientos específicos:</b> Gestión de recursos humanos Situación económica del mercado internacional Marketing internacional Decisiones de marketing estratégico Investigación de mercados Técnicas de desarrollo de mercados a nivel internacional Contabilidad y fiscalidad Estadística aplicada al mercado Gestión financiera Aplicaciones informáticas y comercio on-line Idiomas: inglés y un segundo idioma.					
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Las relacionadas con las Tecnologías de la Comunicación e Información: comercio electrónico, aplicaciones específicas e informática en general. Investigación y desarrollo.					
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b> dirigir los estudios y propuestas para el plan de marketing internacional, dirigir la obtención y elaboración de información para el sistema de investigación de mercados, así como comunicarse en inglés o en otra lengua distinta en las actividades y relaciones internacionales en el ámbito de los institutos de investigación de mercados y los departamentos de marketing, ventas y comerciales de las empresas. Capacidad para gestionar, organizar y planificar acciones.					
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> acceso a la comercialización, estudio del mercado, selección del mercado					
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b> <table border="1" data-bbox="231 1097 1364 1176"> <tr> <td>Elementos informáticos</td><td>Aplicaciones informáticas específicas</td></tr> <tr> <td colspan="2">Normativa nacional e internacional que afecta a la actividad</td></tr> </table>		Elementos informáticos	Aplicaciones informáticas específicas	Normativa nacional e internacional que afecta a la actividad	
Elementos informáticos	Aplicaciones informáticas específicas				
Normativa nacional e internacional que afecta a la actividad					
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b> el resultado de su actividad es la dirección, gestión y administración del departamento de investigación y desarrollo					
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> Actualmente es un perfil profesional en crecimiento.					
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Directores de desarrollo de productos</li> <li>- Directores de departamentos de investigación y desarrollo (I+D)</li> </ul>					

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: DIRECTORES FINANCIEROS		ÁREA: DIRECCIÓN
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Dirección		
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 1211 (CIUO 1211)		
<b>Código SISPE 2002</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>11310011 DR./DTO. DE ADMON. Y FINANZAS</li> <li>11310020 DR./DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN</li> <li>11310031 DR./DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD</li> <li>11310042 DR./DEPARTAMENTO FINANCIERO</li> <li>11310053 DR./DEPARTAMENTO DE CONTROL Y GESTIÓN</li> <li>11310064 DR./DEPARTAMENTO DE PRESUPUESTOS</li> <li>11310075 DR./DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES</li> <li>11310086 DR./DEPARTAMENTO DE COBROS E IMPAGOS</li> <li>11310086 DR./DEPARTAMENTO DE COBROS E IMPAGOS</li> </ul>		
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> dependen del Director General		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los directores de sucursales de bancos, de servicios financieros y de seguros planifican, dirigen y coordinan las sucursales de instituciones que prestan servicios financieros y de seguros, como bancos, cajas de ahorros, cooperativas de crédito y empresas de seguros. Prestan asistencia y asesoramiento a los clientes sobre temas financieros y de seguros.		

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Planificar, dirigir y coordinar las actividades del personal de la sucursal; establecer y mantener relaciones con los clientes individuales o empresariales.
- Prestar asesoramiento y asistencia a los clientes sobre sus necesidades financieras y de seguros y sobre temas como las modificaciones legales que puedan afectarles.
- Examinar, evaluar y tramitar solicitudes de préstamos y de seguros
- Supervisar las decisiones de ampliación de crédito.
- Realizar investigaciones financieras.
- Controlar el flujo de caja y los instrumentos financieros y la preparación de informes financieros o de informes exigidos legalmente.
- Aprobar o rechazar la concesión de líneas de crédito o de préstamos comerciales, hipotecarios o personales, o coordinar su aprobación o rechazo.
- Coordinar la cooperación con las demás sucursales de la empresa.
- Gestionar los presupuestos, controlar los gastos y asegurar la utilización racional de los recursos.
- Controlar la selección, formación y rendimiento del personal.

**FORMACIÓN NECESARIA**

Nivel de estudios:

**Formación universitaria, masters o postgrados****Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que se destacan:**

Graduado en contabilidad y finanzas

Graduado en economía financiera y actuarial

Licenciados en ciencias económicas y empresariales

Conocimientos comunes para el sector de actividad: conocimientos sobre la dirección de empresas, bancos, servicios financieros y seguros.

Conocimientos específicos:

Operaciones de financiación para transacciones internacionales

Operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales

Comunicarse en inglés en las relaciones y actividades de comercio internacional

**TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:** Tecnologías de la información y comunicación. Aplicaciones informáticas para la gestión de estas tareas.

**COMPETENCIAS REQUERIDAS:**

Coordinar las sucursales de instituciones que prestan servicios financieros y de seguros, como bancos, cajas de ahorros, cooperativas de crédito y empresas de seguros.

**FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:** acceso a la comercialización, estudio del mercado, selección del mercado.

**PROCESOS DE ENTRADA:**

Elementos informáticos	Aplicaciones informáticas específicas
Normativa nacional e internacional que afecta a la actividad	Normativa relacionada con la actividad

**RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:** el resultado de su actividad es la dirección, gestión y administración de la empresa.

**PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:** se mantiene estable

**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

- Directores financieros
- Directores de sucursales de banco
- Directores de cajas de ahorro
- Directores de cooperativas de crédito
- Directores de agencias de seguros
- Comerciantes de préstamos y créditos
- Mediadores y agentes de seguros

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: GERENCIA DE EMPRESAS DE COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR		ÁREA: DIRECCIÓN
AREA FUNCIONAL: Dirección		
Código C.N.O. 2011: 1431 y 1432 (CIUO 1420 )		
Código SISPE 2002:		
11240048 DR./DTO.OPER. COMERCIO MAYORISTA, EN GRAL.		
11240057 DR./DTO.OPER. COMERCIO MAYORISTA (IMPORT.)		
11240066 DR./DTO.OPER. COMERCIO MAYORISTA (EXPORT.)		
11240011 DR./DTO.OPER. COMERCIO MINORISTA, EN GRAL.		
11240020 DR./DTO.OPER. COMERCIO MINORISTA (TIENDAS)		
11240039 DR./DTO.OPER. COMERCIO MINOR. (SUPERMER.)		
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Director general		
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los gerentes de empresas de comercio al por mayor / al por menor sin asalariados planifican, dirigen y coordinan las actividades de la empresa de comercio al por mayor / al por menor si asalariados.		
FUNCIONES PRINCIPALES:		
<ul style="list-style-type: none"><li>Planificar y dirigir la política de la empresa.</li><li>Elaborar los presupuestos.</li><li>Negociar con los abastecedores, los clientes y otras organizaciones.</li><li>Planificar y controlar la utilización de los recursos.</li><li>Efectuar contratos con otras empresas o con trabajadores autónomos para que realicen las tareas propias de la empresa.</li></ul>		
FORMACIÓN NECESARIA		
Nivel de estudios:		
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad
Ciclo formativo de Grado Superior (Nivel 3 de cualificación). Administración y Finanzas.		Actualmente existe la siguiente cualificación profesional en trámite: creación y gestión de microempresas
Conocimientos comunes para el sector de actividad: Conocimientos sobre dirección de empresas		
Conocimientos específicos:		
<ul style="list-style-type: none"><li>Gestión de aprovisionamiento.</li><li>Gestión financiera.</li><li>Recursos Humanos.</li><li>Contabilidad y Fiscalidad.</li><li>Aplicaciones informáticas y operatorias de teclados.</li><li>Gestión comercial y servicio de atención al cliente.</li><li>Administración pública.</li><li>Productos y servicios financieros y de seguros.</li></ul>		
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA: Las relacionadas con las Tecnologías de la Comunicación e Información: cajas registradoras, comercio electrónico e informática en general.		
COMPETENCIAS REQUERIDAS:		
<ul style="list-style-type: none"><li>Administrar y gestionar el aprovisionamiento de existencias.</li><li>Administrar y gestionar la financiación, el presupuesto y la tesorería.</li><li>Administrar y gestionar los recursos humanos.</li><li>Realizar y analizar las operaciones contables y fiscales.</li><li>Realizar y supervisar operaciones de asesoramiento, negociación, reclamación y venta de productos y servicios.</li><li>Informar, administrar y gestionar en la Administración Pública.</li></ul>		
FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA: acceso a la comercialización, estudio del mercado, contacto con el exterior, aprovisionamiento.		
PROCESOS DE ENTRADA:		
Hardware		Software de Gestión: contabilidad, laboral, fiscal, etc.
Legislación y normativa que afecta al ejercicio de una actividad.		
RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD: el resultado de su actividad es la dirección, gestión y administración de la empresa.		
PROSPECTIVA Y TENDENCIAS: esta ocupación está relacionada con el ciclo económico. Actualmente, debido a la crisis económica ha bajado el número de autónomos, pero en la		



medida que se recupere la economía crecerán.

**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

- Gerente, comercio al por mayor
- Gerente, comercio al por menor

**FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: ASESORES FINANCIEROS Y EN INVERSIONES**

**ÁREA:  
FINANZAS**

**AREA FUNCIONAL:** Finanzas

**Código C.N.O. 2011:** 2612 (CIUO 2412)

**Código SISPE 2002:**

- 24190015 TEC.SUP.ORG.Y ADMON.EMPRESAS, EN GRAL.
- 24190024 TEC.SUP. EN ORGANIZACION DE EMPRESAS
- 24190033 TEC.SUP. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
- 24190042 TEC.SUP.FINANZAS (GESTION DE PATRIMONIO)
- 24190051 TEC.SUP. EN INVESTIGACION DE MERCADOS
- 24190060 ANALISTA PRESUPUESTARIO
- 24190079 ANALISTA DE RIESGOS
- 24190088 CONSEJERO DE ECONOMIA DOMESTICA
- 24190097 ASESOR DE EMPRESAS
- 24190109 AGENTE DE PATENTES Y MARCAS
- 24190118 DR. DE PRODUCCION DE ESPECTACULOS

**DEPENDENCIA JERARQUICA:** Dependen del Director General

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:** realizan investigaciones, controlan datos, analizan información y preparan informes y planes para resolver problemas económicos y empresariales y crean modelos para analizar, explicar y prever comportamientos y patrones económicos. Prestan asesoramiento a empresas, agrupaciones de interés y administraciones públicas con objeto de formular soluciones para problemas económicos o empresariales actuales o previstos.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Prever cambios en el entorno económico para la presupuestación a corto plazo, la planificación a largo plazo y la evaluación de inversiones.
- Formular recomendaciones, políticas y planes para la economía y para las estrategias e inversiones empresariales, y estudiar la viabilidad de proyectos.
- Supervisar los datos económicos para evaluar la eficacia de la política fiscal y monetaria y prestar asesoramiento pertinente.
- Prever la producción y el consumo de productos y servicios concretos basándose en registros históricos y en las condiciones generales de la economía y las específicas de determinados sectores.
- Elaborar previsiones en materia de renta y gasto, tipos de interés y tipos de cambio.
- Analizar los factores que determinan la tasa de actividad, el empleo, los salarios, el desempleo y otros elementos del mercado de trabajo;
- Aplicar fórmulas matemáticas y técnicas estadísticas para comprobar las teorías económicas y diseñar soluciones para los problemas económicos.
- Reunir, analizar e interpretar información económica aplicando teorías económicas y diversas técnicas estadísticas o de otra índole.
- Valorar los resultados de las decisiones políticas relativas a la economía y las finanzas públicas; asesorar sobre la política económica y las medidas que debieran adoptarse como resultado de los análisis de factores y tendencias económicos comprobados o previsibles
- Examinar problemas relativos a las actividades económicas de empresas concretas
- Realizar estudios de las condiciones de mercado a escala local, regional o nacional para fijar niveles de ventas y de precios de bienes y servicios, evaluar el potencial de mercado y las tendencias futuras y elaborar estrategias empresariales.

**FORMACIÓN NECESARIA**

Nivel de estudios:

**Formación universitaria, master o postgrado**

**Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:**

- Graduado en contabilidad y finanzas
- Graduado en economía financiera y actuarial
- Licenciados en ciencias económicas



<b>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</b> conocimientos financieros y en inversiones	
<b>Conocimientos específicos:</b>	
Banca y otras instituciones financieras	
Gestión bancaria	
Economía laboral	
Política económica	
Inversiones	
Contabilidad financiera y analítica	
Economía española y mundial	
Análisis de datos	
Sistema fiscal español	
Marketing	
Normativa internacional de la actividad	
Idiomas: inglés y un segundo idioma	
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Informática, programas específicos, gestión bancaria	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b> controlar datos, analizar información y preparar informes y planes para resolver problemas económicos y empresariales. Explicar y prever comportamientos y patrones económicos. Prestar asesoramiento a empresas, agrupaciones de interés y administraciones públicas con objeto de formular soluciones para problemas económicos o empresariales actuales o previstos.	
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> acceso a la comercialización, implantación comercial, inversión directa.	
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>	
Hardware	Software de Gestión: contabilidad, laboral, fiscal, etc.
Legislación y normativa que afecta al ejercicio de una actividad.	
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b> el resultado de su actividad es el asesoramiento a las empresas sobre financiación e inversiones.	
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> se mantendrá estable	
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>	
Estadísticos	
Actuarios	
Asesores económicos	
Economistas	

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: ANALISTAS FINANCIEROS		ÁREA: FINANZAS
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Finanzas		
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 2613 (CIUO 2413)		
<b>Código SISPE 2002:</b>		
24190015 TEC.SUP.ORG.Y ADMON.EMPRESAS, EN GRAL.		
24190024 TEC.SUP. EN ORGANIZACION DE EMPRESAS		
24190033 TEC.SUP. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
24190042 TEC.SUP.FINANZAS(GESTION DE PATRIMONIO)		
24190051 TEC.SUP. EN INVESTIGACION DE MERCADOS		
24190060 ANALISTA PRESUPUESTARIO		
24190079 ANALISTA DE RIESGOS		
24190088 CONSEJERO DE ECONOMIA DOMESTICA		
24190097 ASESOR DE EMPRESAS		
24190109 AGENTE DE PATENTES Y MARCAS		
24190118 DR. DE PRODUCCION DE ESPECTACULOS		
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> dependen del director general		
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los analistas financieros realizan análisis cuantitativos de la información sobre los programas de inversión de instituciones públicas y privadas.		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar la información financiera para elaborar previsiones de las condiciones empresariales, sectoriales y económicas para su uso en la adopción de decisiones de inversión.</li> <li>Mantener un conocimiento actualizado de la evolución en los campos de la tecnología industrial, la actividad empresarial, las finanzas y la teoría económica.</li> </ul>		

- Interpretar los datos relativos a los programas de inversión, como los precios, los rendimientos, la estabilidad, las tendencias de futuro en cuanto a los riesgos de inversión, y los factores de influencia económica.
- Ocuparse del seguimiento de los acontecimientos económicos, sectoriales y empresariales fundamentales, mediante el análisis de la información obtenida en publicaciones y servicios financieros, entidades de banca de inversión, órganos de la administración pública, publicaciones mercantiles, fuentes empresariales y entrevistas personales.
- Recomendar inversiones y plazos de inversión a empresas, al personal de empresas de inversión, o a los inversores en general
- Determinar los precios a los que deben sindicarse y ofrecerse al público los títulos valores.
- Preparar planes de acción en materia de inversión, sobre la base de análisis financieros.
- Evaluar y comparar la calidad relativa de diversos títulos valores en un determinado sector.
- Presentar informes orales y escritos sobre tendencias económicas generales, determinadas corporaciones y sectores en su conjunto.

**FORMACIÓN NECESARIA**

Nivel de estudios: Superiores

**Formación universitaria, master o postgrado****Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:**

Graduado en contabilidad y finanzas

Graduado en economía financiera y actuarial

Licenciados en ciencias económicas

Conocimientos comunes para el sector de actividad: conocimientos financieros y en inversiones

Conocimientos específicos:

Capacidad de síntesis y análisis

Matemáticas empresariales

Contabilidad financiera y de sociedades

Inglés aplicado a las finanzas

Gestión bancaria

Derecho bancario y asegurador

**TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:** herramientas para la gestión bancaria, contabilidad y finanzas.

**COMPETENCIAS REQUERIDAS:**

Analizar la información financiera, elaborar previsiones. Conocimientos sobre la tecnología industrial, la actividad empresarial, las finanzas y la teoría económica. Presentar informes orales y escritos sobre tendencias económicas generales, determinadas corporaciones y sectores en su conjunto.

**FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:** acceso a la comercialización, implantación comercial e inversión directa.

**PROCESOS DE ENTRADA:**

Hardware

Software de Gestión: contabilidad, laboral, fiscal, etc.

Legislación y normativa que afecta al ejercicio de una actividad.

**RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:** el resultado de su actividad es el asesoramiento a las empresas sobre financiación e inversiones.

**PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:** estable

**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

-Analistas expertos en obligaciones

-Asesores de inversiones en títulos valores

- Analistas de inversiones

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: PROFESIONALES DE APOYO E INTERMEDIARIOS DE CAMBIO, BOLSA Y FINANZAS			ÁREA: FIANZAS
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Finanzas			
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 3401 (CIUO 3311)			
<b>Código SISPE 2002:</b>			
33110017 AGENTE DE CAMBIO Y BOLSA 33110026 CORREDOR DE COMERCIO 33110035 TECNICO OPERATIVA INTERNA INST.FINANCIERA 33110044 TECNICO DE CARTERA/DESC.EFECTOS INST.FINANC. 33110053 TECNICO DE EXTRANJERO INST. FINANCIERA 33110062 TECNICO EN INVERSIONES INST. FINANCIERA 33110071 TECNICO DE RIESGOS EN INST. FINANCIERA 33110080 TECNICO DE TESORERIA INST. FINANCIERA 33110091 TECNICO DE VALORES EN INST. FINANCIERA 33110101 TECNICO COMPENSACION INST. FINANCIERA 33110110 TECNICO COMERCIAL EN INST. FINANCIERA			
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Dependen del Director General			
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los agentes de bolsa, cambio y otros servicios financieros adquieren y venden títulos valores, acciones, obligaciones y otros instrumentos financieros, negocian divisas al contado o en mercados de futuros, en nombre de su empresa o para clientes a comisión, y recomiendan transacciones a clientes o miembros de la alta dirección.			
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Obtener información sobre las circunstancias financieras de los clientes y las empresas en que pueden hacerse las inversiones;</li> <li>Analizar las tendencias del mercado en materia de títulos valores, obligaciones, acciones y otros instrumentos financieros, incluidas las divisas;</li> <li>Informar a posibles clientes de las condiciones y las perspectivas del mercado.</li> <li>Asesorar y participar en la negociación de las condiciones y en la organización de créditos y colocaciones de acciones y obligaciones en el mercado financiero con el fin de obtener capital para los clientes;</li> <li>Registrar y transmitir órdenes de adquisición y venta de órdenes de títulos valores, acciones, obligaciones u otros instrumentos financieros, así como de divisas para su entrega futura o inmediata.</li> </ul>			
<b>FORMACIÓN NECESARIA</b>			
Nivel de estudios:			
<b>Formación universitaria, master o postgrado</b>			
<b>Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:</b>			
Graduado en contabilidad y finanzas			
Graduado en economía financiera y actuarial			
Licenciados en ciencias económicas			
Conocimientos comunes para el sector de actividad: bolsa y finanzas			
<b>Conocimientos específicos:</b>			
Capacidad de síntesis y análisis			
Matemáticas empresariales			
Contabilidad financiera y de sociedades			
Inglés aplicado a las finanzas			
Gestión bancaria			
Derecho bancario y asegurador			
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b>			
Guía de procedimiento interno de la empresa	Normativa contable de aplicación en España	Cuadro de indicadores	Ficheros de clientes
Presupuesto maestro, de inversiones, operativo y financieros	Normativa de derechos del consumidor	Ley de regulación de planes fondos de pensiones	Ley cambiaria y del cheque
Legislación fiscal y mercantil	Información de la competencia	Información sobre las tendencias del mercado financieros	Cotizaciones de bolsa y de divisas
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar las necesidades financieras de la empresa</li> <li>Gestionar la información y contratación de los recursos financieros así como la tesorería y su presupuesto</li> </ul>			

- Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación
- Realizar el asesoramiento y la gestión administrativa de los productos y servicios financieros

Atender y tramitar sugerencias, consultas en materia de transparencia y protección, quejas y reclamaciones del cliente de servicios financieros

**FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:** acceso a la comercialización, implantación comercial e inversión directa.

**PROCESOS DE ENTRADA:**

Equipos informáticos	Red local	Periféricos	Antivirus
Cortafuegos	Programas de aplicación estándar	Programas de análisis contable	Libros contables, fichas y formatos internos
Programas de cálculo financiero	Internet	Aplicaciones específicas de gestión comercial en el sector financiero	Dispositivos de comunicación

**RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:**

Informes sobre los indicadores calculados al realizar el análisis económico, financiero y patrimonial de las cuentas anuales: ratios, diferencias, índices o porcentajes	Organización y clasificación de presupuestos	Informes sobre proyecciones temporales de los presupuestos parciales y de los estados financieros previsionales	Respeto a las normas de calidad y criterios medio ambientales de la organización
Información y asesoramiento en materia de productos y servicios financieros a los clientes	Contratación de productos y servicios financieros	Informes y formularios del cumplimiento en la ejecución presupuestaria	Atención al cliente personalizada

**PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:** estable

**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

- Agentes de cambio y bolsa
- Corredores de valores
- Empleados, servicios financieros
- Representantes comerciales
- Comerciales de préstamos y créditos

<b>FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: REPRESENTANTES DE COMERCIO Y TÉCNICOS DE VENTA</b>	<b>ÁREA: COMERCIAL</b>
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Comercial	
<b>Código C.N.O.2011:</b> 3510 (CIUO 3322)	
<b>Código SISPE 2002</b>	
33200013 REPRESENTANTE DE COMERCIO, EN GRAL. 33200022 DELEGADO COMERCIAL, EN GRAL. 33200031 DELEGADO COMERCIAL VTA. COMERC. A/P/MAYOR 33200040 DELEGADO COMERCIAL VTA. COMERC. A/P/MENOR 33200051 DELEGADO COMERCIAL VTA. VEHIC. AUTOMOVILES 33200062 DELEGADO COMERCIAL DE EDITORIAL 33200073 VENDEDOR TECNICO, EN GRAL. 33200084 VENDEDOR TEC. MAQU. AGRIC. Y MAT. DE RIEGO 33200095 VENDEDOR TECNICO VEHICULOS AUTOMOVILES 33200107 VENDEDOR TECNICO MAQUINAS HERRAMIENTA 33200116 VENDEDOR TECNICO DE MATERIAL DE OFICINA 33200125 VENDEDOR TEC. EQUIPOS Y MAT. INFORMATICA 33200134 VENDEDOR TECNICO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD 33200143 ORGANIZADOR PUNTOS DE VENTA AUTOSERV. 33200152 TECNICO EN SERVICIO POST-VENTA 33200161 VISITADOR MEDICO 33200170 TEC. ESTUDIOS MERCADO Y OPINION PUBLICA 33200181 TECNICO TRABAJOS DE CAMPO (GEST. EMPRES.) 33200192 TECNICO EN PUBLICIDAD 33200200 TECNICO EN RELACIONES PUBLICAS 33200219 AGENTE COMERCIAL	
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Depende del Jefe de Departamento	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> los representantes de comercio y técnicos de ventas venden bienes y servicios al por mayor, inclusive instalaciones, máquinas y artículos de uso	

técnico, y proporcionan información especializada cuando esto se requiere.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Obtener órdenes de venta de bienes y servicios a establecimientos industriales y empresas minoristas o mayoristas o de otra índole.
- Vender equipos, aparatos e instrumentos técnicos, repuestos y otros suministros, con los servicios que requieran, a empresas comerciales, industriales o de otra índole y a clientes particulares.
- Proporcionar a los clientes y presuntos compradores información general o técnica acerca de las características y funcionamiento del material técnico en venta y demostrar su utilización.
- Informar a los fabricantes acerca de la reacción y las necesidades de los usuarios
- Realizar visitas periódicas a profesionales de la medicina, para darles a conocer productos farmacéuticos.

**FORMACIÓN NECESARIA:**

Nivel de estudios:

Formación Profesional del Sistema Educativo	Certificado de profesionalidad
Ciclo formativo de Grado Medio (Nivel 2 de cualificación). Comercio	Actividades de venta (RD 1377/08)

Conocimientos comunes para el sector de actividad: Nociones de comercio y economía

Conocimientos específicos:

- Organización de la actividad de ventas.
- Política comercial de la empresa.
- Animación del punto de venta.
- Operaciones de venta.
- Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.

**FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD Y DE LA COMERCIALIZACIÓN**

**ÁREA:  
COMERCIAL**

**AREA FUNCIONAL:** Comercial

**Código C.N.O. 2011:** 2651 (CIUO 2431)

**Código SISPE 2002**

- 24130017 TEC.SUP.PUBLIC.Y RELACIONES PP.,EN GRL.
- 24130026 TECNICO SUPERIOR EN PUBLICIDAD
- 24130035 TECNICO SUPERIOR EN RELACIONES PUBLICAS
- 24130044 ASESOR DE IMAGEN
- 24130053 REDACTOR DE PUBLICIDAD
- 24130062 AGREGADO DE GABINETE DE PRENSA
- 24190015 TEC.SUP.ORG.Y ADMON.EMPRESAS, EN GRAL.
- 24190024 TEC.SUP. EN ORGANIZACION DE EMPRESAS
- 24190033 TEC.SUP. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
- 24190042 TEC.SUP.FINANZAS(GESTION DE PATRIMONIO)
- 24190051 TEC.SUP. EN INVESTIGACION DE MERCADOS
- 24190060 ANALISTA PRESUPUESTARIO
- 24190079 ANALISTA DE RIESGOS
- 24190088 CONSEJERO DE ECONOMIA DOMESTICA
- 24190097 ASESOR DE EMPRESAS
- 24190109 AGENTE DE PATENTES Y MARCAS
- 24190118 DR. DE PRODUCCION DE ESPECTACULOS

**DEPENDENCIA JERARQUICA:** dependen del Director General

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:** Los profesionales de la publicidad y la comercialización elaboran y coordinan estrategias y campañas de publicidad, determinan el mercado para nuevos productos y servicios e identifican y desarrollan oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios y para los existentes.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Planificar, elaborar y organizar políticas y campañas para apoyar el cumplimiento de los objetivos de venta.
- Asesorar a la dirección y a los clientes sobre posibles estrategias y campañas para llegar a los mercados objetivos, conseguir la notoriedad de marca y promover

<p>eficazmente los atributos de los bienes y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analizar datos relativos a los patrones y preferencias de los consumidores.</li> <li>▪ Interpretar y predecir las tendencias actuales y futuras de consumo.</li> <li>▪ Investigar la demanda potencial y las características del mercado de los nuevos bienes y servicios, y recopilar y analizar datos y otra información estadística;</li> <li>▪ Apoyar el crecimiento y desarrollo de la actividad empresarial mediante la preparación y aplicación de objetivos, políticas y programas de comercialización.</li> <li>▪ Encomendar y realizar estudios de mercado para identificar las oportunidades de mercado de nuevos bienes y servicios y de los existentes.</li> <li>▪ Asesorar sobre los distintos elementos de la comercialización, como la combinación de productos, la política de precios, la publicidad y promoción de ventas, la venta y los canales de distribución.</li> </ul>	
<b>FORMACIÓN NECESARIA</b>	
<u>Nivel de estudios:</u>	
<b>Formación universitaria, master o postgrado</b>	
<b>Rama ciencias sociales o jurídicas entre las que destacan:</b>	
Graduado en comercio y marketing Graduado en comunicación publicitaria Graduados en negocios y marketing internacionales Licenciado en publicidad y relaciones públicas Graduado en marketing e investigación de mercados	
<u>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</u> publicidad y comercialización	
<u>Conocimientos específicos:</u>	
Campañas publicitarias Venta de productos y servicios Investigación de mercados Técnicas de negociación Gestión y plan de marketing Técnicas de protocolo Economía Elementos de diseño gráfico Idiomas: Inglés y segundo idioma	
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Las relacionadas con las Tecnologías de la Comunicación e Información: cajas registradoras, comercio electrónico e informática en general.	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>	
Elaborar y coordinar estrategias y campañas de publicidad, determinar el mercado para nuevos productos y servicios e identificar y desarrollar oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios y para los existentes.	
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> acceso a la comercialización, contacto con el exterior, implantación comercial, acuerdos de compraventa.	
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>	
Comercio on-line	Aplicaciones informáticas específicas
Normativa internacional relativa a la actividad comercial	Técnicas de marketing/ventas
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b> desarrollo de campañas publicitarias y de desarrollo de negocio hacia nuevas oportunidades de mercado.	
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> ocupación crecimiento	
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>	
- Especialistas en publicidad - Especialistas en estudios de mercado - Especialistas en comercialización - Agentes comerciales de publicidad - Diseñadores gráficos de publicidad	



FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: AGENTES DE COMPRAS			ÁREA: COMERCIAL
AREA FUNCIONAL: Compra			
Código C.N.O. 94: 3522 (CIUO 3323)			
Código SISPE 2002			
33160012 AGENTE DE COMPRAS			
33160021 TECNICO EN GESTION DE ALMACEN			
33160030 TECNICO EN GESTION DE STOCKS			
33160049 TECNICO EN COMERCIO EXTERIOR			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: efectúan compras de bienes y servicios por cuenta de una empresa industrial, comercial, de otra índole, o de cualquier organización.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Negociar y contratar la compra de equipos, materias primas, productos y suministros para fábricas, servicios de utilidad pública, servicios estatales u otros establecimientos, o comprar mercancías para revenderlas</li><li>Obtener información sobre necesidades y existencias de materiales, y determinar la cantidad, calidad y costos de lo que se debe comprar, las fechas de entrega y otras condiciones de los contratos</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios: Ciclo formativo de Grado Superior (Nivel 3 de cualificación).			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
Técnico Superior en Gestión comercial y marketing		Cualificación profesional: Gestión y control del aprovisionamiento (RD 109/08)	
Conocimientos comunes para el sector de actividad Nociones de comercio y economía			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Investigación comercial.</li><li>Políticas de marketing</li><li>Marketing en el punto de venta</li><li>Gestión de la compraventa.</li><li>Logística comercial.</li><li>Aplicaciones informáticas de propósito general.</li><li>Lengua extranjera</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:			
Ordenadores personales en red local con conexión a Internet	Aplicaciones informáticas para la gestión administrativa de comercio internacional	Herramientas de seguridad en Internet (SSL)	Aplicaciones informáticas de gestión de relación con clientes CRM/ERP
COMPETENCIAS REQUERIDAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.</li><li>Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional.</li><li>Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.</li><li>Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.</li><li>Comunicarse en una lengua distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.</li></ul>			
FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA			
<ul style="list-style-type: none"><li>Aprovisionamiento</li></ul>			
PROCESOS DE ENTRADA:			
Fuentes de información de mercado	Motores de búsqueda "online"	Información comercial de mercados donde se va a comercializar	
Información comercial de mercados	Informes comerciales de clientes y proveedores	Información económica de mercados	
RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:			
Documentos requeridos en la importación/exportación	Contrato compraventa internacional	Fichero maestro de clientes y proveedores	Base de datos documental de Comercio



/introducción/expedición de mercancías			Internacional
Codificación de mercancías en su partida arancelaria	Notificación a compañías de seguros de siniestros producidos o imputaciones a pólizas flotantes	Tramitación en aduana	Elaboración y gestión de la documentación de la compraventa internacional
Organización de la información	Actualización del SIM y bases de datos comerciales	Obtención de información sistematizada de mercados nacionales e internacionales	Informes comerciales sobre mercados nacionales e internacionales
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> crecimiento			
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefes de compras</li> <li>- Agentes de compras</li> <li>- Agentes de ventas</li> <li>- Técnicos en comercio exterior/compras</li> <li>- Técnicos en gestión de existencias y/o almacén</li> </ul>			

<b>FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: ORGANIZADORES DE CONFERENCIAS Y EVENTOS</b>	<b>ÁREA: COMERCIAL</b>
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Comercial	
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 3532(CIUO 3332)	
<b>Código SISPE 2002</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>33140016 TECNICO EN AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140025 TECNICO DE VENTAS EN AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140034 TECNICO DE PRODUCTO AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140043 TECNICO DE RESERVAS AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140052 TECNICO DE PROMOCION AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140061 TRANSFERISTA DE AGENCIAS DE VIAJES</li> <li>33140070 AGENTE DE TURISMO RURAL</li> </ul>	
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> dependen del director general	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los organizadores de conferencias y eventos se encargan de organizar y coordinar servicios para conferencias, eventos, funciones, banquetes y seminarios.	
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promover conferencias, convenciones y ferias comerciales a clientes potenciales.</li> <li>▪ Responder a consultas relativas a los servicios prestados y a los costes por alquiler de habitaciones y equipos, servicios de restauración y afines.</li> <li>▪ Reunirse con clientes para analizar sus necesidades y esbozar opciones conjuntas para atenderlas.</li> <li>▪ Organizar y coordinar servicios como los relativos a las instalaciones de conferencias, restauración, cartelería, expositores, equipos audiovisuales e informáticos, alojamiento, transporte y eventos sociales para los participantes, así como prestaciones logísticas para los exhibidores.</li> <li>▪ Organizar el registro de los participantes.</li> <li>▪ Negociar el tipo y los costes de los servicios a prestar dentro de los límites del presupuesto</li> <li>▪ Supervisar la labor de los contratistas e informar de las variaciones respecto a las órdenes de trabajo.</li> </ul>	
<b>FORMACIÓN NECESARIA:</b> Nivel de estudios: Superiores	
<b>Formación Profesional del Sistema Educativo</b>	
Graduado en protocolo y organización de eventos o similar	
Conocimientos comunes para el sector de actividad: protocolo y organización de eventos	
Conocimientos específicos: Marketing y publicidad Derecho constitucional Organización de actos Protocolo social u restauración Relaciones internacionales	

Técnicas escenográficas  
Congresos y reuniones  
Lengua extranjera

TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:

Técnicas escenográficas	Redes sociales	Comercio electrónico
-------------------------	----------------	----------------------

COMPETENCIAS REQUERIDAS:

- Responder a consultas relativas a los servicios prestados y a los costes por alquiler de habitaciones y equipos, servicios de restauración y afines.
- Reunirse con clientes para analizar sus necesidades y esbozar opciones conjuntas para atenderlas.
- Organizar y coordinar servicios como los relativos a las instalaciones de conferencias, restauración, cartelería, expositores, equipos audiovisuales e informáticos, alojamiento, transporte y eventos sociales para los participantes, así como prestaciones logísticas para los exhibidores.
- Organizar el registro de los participantes.
- Negociar el tipo y los costes de los servicios a prestar dentro de los límites del presupuesto

FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:

contacto con el exterior, implantación comercial, acuerdos de compraventa.

PROCESOS DE ENTRADA:

Relaciones internacionales	Técnicas escenográficas	Nuevas tecnologías	Marketing y publicidad
Derecho constitucional	Protocolo	Negociación	

RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:

Organización de conferencias y eventos

PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:

estable

OCUPACIONES RELACIONADAS:

- Organizadores de conferencias y eventos
- Planificadores de conferencias

<b>FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: EMPLEADOS DE AGENCIAS DE VIAJES</b>	<b>ÁREA: COMERCIAL</b>
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Comercial	
<b>Código C.N.O. 94:</b> 4421 (CIUO 4221)	
<b>CÓDIGO SISPE 2002:</b>	
40210014 EMPLEADO ADTIVO. SERV. ALMACEN/RECEPCION 40210025 EMPLEADO ADTIVO. REGISTRO EXIST./APROVIS. 40210036 EMPLEADO ADTIVO. DE GUARDAMUEBLES 40210047 EMPLEADO ADTIVO. DE CONSIGNA 40210058 CONTROLADOR DE PESOS-BASCULISTA 40210069 ALMACENERO DE IND. S ALIMENTARIAS 40210070 ALMACENERO DE EMPRESA DE TRANSP. S 40210081 ALMACENERO MATERIAS PRIMAS (PREF. CALZADO) 40210092 REPARTIDOR FAENA INTERIOR APARADO CALZA. 40210100 ABASTECEDOR CADENA ENVASADO DE CALZADO 40210111 FACTURADOR ALMACEN DE CALZADO	
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Depende del Jefe de Departamento	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los empleados de agencias de viajes suministran información sobre destinos, organizan los itinerarios de viaje, tramitan reservas de viaje y alojamiento, registran a los pasajeros en la facturación y en las salidas y organizan visitas de grupos.	
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obtener información sobre la disponibilidad, el coste y las ventajas de los diferentes tipos de transporte y alojamiento, averiguar las necesidades de los clientes y asesorarles sobre los planes de viaje.</li> <li>▪ Informar sobre los atractivos locales, tours de visita, restaurantes, arte y</li> </ul>	

<div>entretenimiento y suministrar mapas y folletos</div> <div><div><div>▪ Preparar itinerarios</div><div>▪ Realizar y confirmar las reservas de viajes, tours y alojamiento.</div><div>▪ Emitir billetes, tarjetas de embarque y bonos.</div><div>▪ Ayudar a los clientes a obtener documentos de viaje necesarios, tales como visados.</div><div>▪ Verificar documentos de viaje y registrar a los pasajeros y los equipajes en la facturación y partidas</div><div>▪ Preparar facturas y recibir pagos.</div><div>▪ Organizar viajes comerciales o de ocio para grupos y venderlos a grupos o individuos.</div></div></div>			
<b>FORMACIÓN NECESARIA:</b>			
Nivel de estudios:			
<b>Formación Profesional del Sistema Educativo</b>		<b>Certificado de profesionalidad</b>	
Técnico superior en agencias de viaje		Creación y gestión de viajes combinados y eventos (RD 1376/08)	
<u>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</u>			
<u>Conocimientos específicos:</u>			
<div><div>▪ Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes</div><div>▪ Gestión económico-administrativa en agencias de viajes.</div><div>▪ Organización y control en agencias de viajes.</div><div>▪ Comercialización de productos y servicios turísticos.</div><div>▪ Lengua extranjera.</div><div>▪ Segunda lengua extranjera.</div></div>			
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Tecnología de la información y comunicación, aplicaciones informáticas específicas			
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>			
Elaboración y gestión de viajes combinados			
Gestión de eventos			
Gestión de unidades de información y distribución turísticas.			
Inglés profesional para turismo			
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> Reservar medios de transporte. Temas administrativos.			
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>			
Catálogos (en papel y en línea)	Caja registradoras	Aplicaciones informáticas para el cobro: tarjetas de crédito/ débito	Buscadores de información
Ordenadores personales en red local con conexión a Internet.	Bases de datos	Procesadores de texto, hojas de cálculo y programas específicos	Aplicaciones informáticas para realización de servicios transaccionales con clientes
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b>			
Gestión de ficheros o base de datos de clientes	Control de inventario	Gestión de pedidos	Propuestas de fidelización de clientes
Venta del producto o servicio	Cobro de las operaciones de venta	Plan propio de acción de ventas	Resolución de quejas de clientes e incidencias en la venta
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> Estable			
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>			
<div><div>▪ Técnicos de ventas en agencias de viajes</div><div>▪ Técnicos de productos en agencias de viajes</div><div>▪ Empleados de agencias de viajes</div><div>▪ Empleados de viajes de compañía aérea</div></div>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: PROFESIONALES DE APOYO A LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS DE SERVICIO DE EXPEDICIÓN DE LICENCIAS			ÁREA: COMERCIAL
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Comercial			
<b>Código C.N.O. 94:</b> 3623(CIUO 3354 )			
<b>CÓDIGO SISPE 2002:</b> 34220012 RECAUDADOR DE IMPUESTOS 34220021 AGENTE TRIBUTARIO			
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> dependen del jefe de departamento			
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> Los profesionales de apoyo de las Administraciones Públicas de servicios de expedición de licencias examinan solicitudes de licencias y otros documentos para exportar o importar mercancías, crear una empresa, construir una casa u otras estructuras, visitar el país u obtener un pasaporte, y determinan las condiciones de validez o de otra índole ligadas a tales documentos, remitiendo los casos excepcionales o importantes a sus superiores.			
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a particulares sobre la interpretación adecuada de las leyes, reglamentos y disposiciones relativos a los tipos de licencias o documentos necesarios y a las condiciones que los rigen y sobre los derechos y obligaciones del público</li> <li>• Examinar solicitudes y otros documentos pertinentes para determinar si pueden concederse las licencias o documentos solicitados y las condiciones exigidas</li> <li>• Examinar solicitudes y aprobar la expedición de pasaportes</li> <li>• Desempeñar tareas afines</li> <li>• Supervisar a otros trabajadores</li> </ul>			
<b>FORMACIÓN NECESARIA:</b>			
Nivel de estudios: Superior			
<b>Formación Universitaria</b>			
Carreras universitarias de economía y administración de empresas o carreras universitarias en ciencias sociales especialistas en expedición de licencias			
<u>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</u> expedición de licencias para exportar o importar mercancías.			
<u>Conocimientos específicos:</u>			
Calidad y normativa internacional			
Transporte y logística internacional			
Incoterms			
Marketing internacional			
Economía internacional			
Contratación internacional			
<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b>			
Herramientas y programas electrónicos específicos			
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar la gestión contable, fiscal y administrativa de un servicio de expedición de licencias</li> <li>▪ Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.</li> </ul>			
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> Trámites de aduana y tramitación de las licencias necesarias.			
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>			
Marketing internacional	Incoterms	Normativa internacional	Programas de expedición de licencias
Economía internacional			
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b>			
Presentación de documentos legales	Documentos administrativos	Registros de licencias	Documentos oficiales
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> estable			
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales de apoyo, expedición de licencias y permisos/ Administraciones Públicas</li> <li>- Profesionales de apoyo, expedición de pasaportes/Administraciones Públicas</li> </ul>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: EMPLEADOS DE OFICINAS DE SERVICIOS ESTADÍSTICOS, FINANCIEROS, BANCARIOS			ÁREA: COMERCIAL
AREA FUNCIONAL: Comercial			
Código C.N.O. 2011: 4113 (CIUO 4312)			
CÓDIGO SISPE 2002: 40120010 EMPLEADO ADMINISTRATIVO DE ESTADISTICA 40120021 EMPLEADO ADTIVO.ENTIDADES FINANCIERAS 40120032 EMPLEADO GESTION FINANCIERA DE EMPRESAS 40120043 EMPLEADO OPER. DE ACTIVO ENT.FINANCIERAS 40120054 EMPLEADO OPER.INTERNAC.ENT. FINANCIERAS 40120065 EMPLEADO ADMINISTRATIVO DE SEGUROS			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los empleados de oficina de servicios estadísticos, financieros y bancarios obtienen y compilan datos estadísticos o actuariales o realizan tareas de oficina relacionadas con transacciones bancarias o similares.			
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"><li>• Obtener y compilar datos estadísticos o actuariales partiendo de fuentes de información ordinarias o especiales</li><li>• Calcular totales, promedios, porcentajes y otros detalles y presentarlos en forma de cuadros</li><li>• Preparar documentos financieros y calcular intereses o corretajes y derechos de timbre</li><li>• Llevar registros de títulos, acciones y otros valores comprados o vendidos por cuenta de los clientes o del empleador</li><li>• Desempeñar tareas afines</li><li>• Supervisar a otros trabajadores</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA: Nivel de estudios: Superior			
Formación Universitaria		Formación Profesional del Sistema Educativo	
Ciencias sociales y jurídicas entre las que destacan: Banca y finanzas Administración y dirección de empresas Económicas Postgrados especializados en la materia		Administración y finanzas	
Conocimientos comunes para el sector de actividad: banca y finanzas			
Conocimientos específicos: Matemáticas jurídicas Contabilidad financiera Principios de economía Finanzas internacionales Marketing bancario Gestión de riesgos Gestión comercial Control de gestión Negocios internacionales Inglés financiero			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:			
Catálogo de productos	Ficheros de clientes	Información socioeconómica del sector financiero	Normativa sobre: derechos del consumidor
Ley de regulación de planes y fondos de pensiones, cambiaria y del cheque	Legislación fiscal y mercantil	Información sobre las tendencias del mercado financiero	Cotizaciones de bolsa y de divisas
COMPETENCIAS REQUERIDAS: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizar el asesoramiento y la gestión administrativa de los productos y servicios financieros</li></ul>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestionar y controlar las operaciones de caja</li> <li>Atender y tramitar sugerencias, consultas en materia de transparencia y protección, quejas y reclamaciones del cliente de servicios financieros</li> <li>Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, en las actividades propias de asesoramiento y gestión de servicios financieros</li> </ul> <p>Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación</p>			
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> Acceso a la exportación, especialmente en los trámites administrativos y financieros. Proceso productivo de crédito. Liquidación de operaciones. Proceso productivo de inversión colectiva. Gestión del fondo de inversión			
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>			
Ordenadores personales	Terminales de teleproceso	Internet	Aplicaciones de gestión comercial en el sector financiero
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b>			
Información y asesoramiento de productos y servicios financieros a los clientes	Contratación de productos y servicios financieros	Posiciones de riesgo analizadas	Atención al cliente personalizada
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> estable			
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Empleado, actuarial</li> <li>Empleado, estadística</li> <li>Empleado, operaciones financieras/bolsa</li> <li>Empleado, oficina de impuestos</li> </ul> <p>Empleado, banca/excepto caja y ventanilla</p>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: EMPLEADOS DE OFICINA DE SERVICIOS DE APOYO A LA PRODUCCIÓN		ÁREA: COMERCIAL	
AREA FUNCIONAL: Compra			
Código C.N.O. 94: 4122 (CIUO 4224)			
Código SISPE 2002:			
40220011 EMPLEADO ADTIVO. COMERCIAL, EN GRAL.			
40220022 EMPLEADO ADTVO. COMERCIAL CALCUL. MATERIA.			
40220033 EMPLEADO ADTIVO. COMERCIAL PLANIF. PRODUC.			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los empleados de oficinas de servicios de producción calculan las cantidades de los diversos materiales que se requieren en fechas determinadas para la ejecución de un programa de producción y preparan y verifican los mismos.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Calcular, de acuerdo con las instrucciones recibidas, la cantidad, la calidad y el tipo de los materiales necesarios para la ejecución de un programa de producción</li><li>Preparar listas de los materiales necesarios, cerciorarse de que estos están disponibles cuando se los necesita y llevar los registros pertinentes</li><li>Preparar o ayudar en la preparación de los planes de producción sobre la base de las demandas de los clientes, la capacidad de producción y la productividad</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios:			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
Ciclo formativo de Grado Medio (Nivel 2 de cualificación). Gestión administrativa (LOE)		Nivel 2: Actividades de gestión administrativa (RD 107/08)	
Conocimientos comunes para el sector de actividad Nociones sobre comercio y administración			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Operación de almacenaje.</li><li>Animación del punto de venta.</li><li>Operaciones de venta.</li><li>Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.</li><li>Aplicaciones informáticas de propósito general.</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:			
Equipos informáticos	Aplicaciones	Sistemas informáticos	Programas específicos



	informáticas de planificación de rutas	de localización de vehículos	de programación y control de proyectos y tareas
Herramientas de planificación de las necesidades de materiales	Herramientas de planificación de la distribución	Herramientas de comunicación e intercambio de la información	Internet, correo electrónico y fax entre otros
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos.</li> <li>Realizar las actividades de animación del punto de venta.</li> <li>Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.</li> <li>Realizar la Administración, gestión y comercialización en un pequeño establecimiento comercial, cuando su grado de autonomía se lo permita.</li> </ul>			
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovisionamiento</li> </ul>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: REPRESENTANTES DE ADUANAS		ÁREA: COMERCIAL
AREA FUNCIONAL: Comercial		
Código C.N.O. 2011: 3531(CIUO 3331)		
Código SISPE 2002:		
34210019 AGENTE DE ADUANAS, EN GRAL.		
34210028 AGENTE DE ADUANAS (TRANSP.S)		
34210037 AGENTE DE ADUANAS (SERVICIOS POSTALES)		
34210046 AGENTE DE INMIGRACION		
34210055 AGENTE DE EMIGRACION		
35120016 GESTOR DE ADUANAS		
35120025 COMISIONISTA DE ADUANAS		
35120034 AGENTE MARITIMO		
DEPENDENCIA JERARQUICA: dependen del jefe de departamento		
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los gestores de aduanas tramitan por cuenta de sus clientes los documentos y autorizaciones aduaneros y se cercioran de que los permisos de exportación o importación y los seguros y otras formalidades se hayan tramitado debidamente.		
FUNCIONES PRINCIPALES:		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tramitar la documentación aduanera necesaria para realizar importaciones o exportaciones</li><li>• Comprobar el cumplimiento de los requisitos de seguros</li><li>• Comprobar el cumplimiento de los trámites para obtener permisos de exportación o importación y otras formalidades</li><li>• Establecer y firmar manifiestos</li><li>• Desempeñar tareas afines</li><li>• Supervisar a otros trabajadores</li></ul>		
FORMACIÓN NECESARIA:		
Nivel de estudios: Superiores		
Formación universitaria: oposición publica		
Diplomado universitario u otro equivalente		
Conocimientos específicos:		
Operativa de Comercio Exterior		
Legislación Aduanera		
Nomenclatura Arancelaria y Merceología		
Valoración Aduanera		
Tratados y Convenios Internacionales		
Tributación y Recaudación Aduanera.		
Sistemas Informáticos Aduaneros		
Gestión y Administración de Agencias de Aduanas		
Fiscalización Aduanera		
Idiomas		
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:		
Nomenclatura arancelaria	Legislación aduanera	Sistemas informáticos aduaneros
COMPETENCIAS REQUERIDAS:		



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tramitar la documentación aduanera necesaria para realizar importaciones o exportaciones</li> <li>• Comprobar el cumplimiento de los requisitos de seguros</li> <li>• Comprobar el cumplimiento de los trámites para obtener permisos de exportación o importación y otras formalidades</li> <li>• Establecer y firmar manifiestos</li> <li>• Desempeñar tareas afines</li> </ul>
Supervisar a otros trabajadores
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b> acceso a la comercialización, trámites de aduanas, contratar el seguro.
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> en recesión
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representantes de aduana</li> <li>▪ Comisionistas de aduanas</li> <li>▪ Agentes marítimos</li> </ul>

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: CONSIGNATARIO		ÁREA: COMERCIAL	
AREA FUNCIONAL: Comercial			
Código C.N.O. 2011: 3523 (CIUO 3324)			
Código SISPE 2002: 35110013 CONSIGNATARIO			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: son los encargados en los puertos de mar de representar al armador de un buque para atender lo relacionado con la carga y pasaje.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Organizar la producción de listas y catálogos de venta o subasta, fijar precios mínimos de subasta y licitar en representación de los clientes en los mercados de entrega inmediata o futuros.</li><li>Reservar bodegas, determinar fletes y percibir su monto de los clientes.</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios:			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
Ciclo formativo de Grado Superior (Nivel 3 de cualificación). Gestión del transporte		Se señalan las cualificaciones relacionadas al no estar definido el Certificado. Gestión y control del aprovisionamiento (RD 109/08) Nivel 3 Está en previsión una cualificación de: consignatario	
Conocimientos comunes para el sector de actividad: Nociones de comercio y transporte.			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Gestión administrativa del transporte.</li><li>Gestión administrativa del comercio internacional.</li><li>Organización del servicio de transporte.</li><li>Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre.</li><li>Almacenaje de productos.</li><li>Comercialización del servicio de transporte.</li><li>Aplicaciones informáticas de propósito general.</li><li>Lengua extranjera.</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:			
Equipos informáticos	Aplicaciones informáticas de planificación de rutas	Sistemas informáticos de localización de vehículos	Programas específicos de programación y control de proyectos y tareas
Herramientas de planificación de las necesidades de	Herramientas de planificación de la distribución	Herramientas de comunicación e intercambio de la	Internet, correo electrónico y fax entre otros

materiales		información	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte.</li> <li>Organizar, planificar y gestionar el tráfico/explotación en las empresas de transporte terrestre.</li> <li>Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento de los suministros de la empresa y de las mercancías de clientes.</li> <li>Realizar la comercialización de los distintos servicios de transportes de mercancías y viajeros.</li> </ul>			
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovisionamiento</li> </ul>			
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>			
Normativa sobre seguros del transporte internacional de mercancías	Aranceles de aduanas	Normativa sobre certificaciones, normalizaciones y homologaciones	Regulación legislativa para cada tipo de régimen administrativo-comercial en las operaciones internacionales
Información sobre barreras al comercio internacional	Legislación aplicable al despacho de aduanas	Contrato compraventa internacional	Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías (INCOTERMS)
Previsiones de venta o demanda del período	Niveles de servicio y política de stocks de la organización	Estrategia comercial de la organización	Documentación de vehículos, mercancías y órdenes de servicio de reparto
Normas de seguridad e higiene en la manipulación de mercancías			
<b>RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:</b>			
Dimensión de flota de reparto	Organización del sistema de distribución	Confección de rutas de reparto	Hoja de ruta
Acuerdo de condiciones de subcontratación con transportistas ajenos a la empresa	Control de cumplimiento y calidad del reparto de mercancías, entregas y recogidas puntuales	Programa de aprovisionamiento	Capacidad de producción y/o venta de la organización
Procedimientos normalizados de calidad en el aprovisionamiento	Propuesta de acciones correctoras en el sistema de distribución capilar	Resolución de incidencias en el reparto	Listado de parámetros y lotes de materiales y/o pedidos
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> estable			
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b> empleados de control de abastecimientos e inventario			

<b>FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: EMPLEADOS DE CONTROL DE ABASTECIMIENTOS E INVENTARIO</b>	<b>ÁREA: LOGÍSTICA</b>
<b>AREA FUNCIONAL:</b> Logística	
<b>Código C.N.O. 2011:</b> 4221 (CIUO 4321)	
<b>Código SISPE 2002</b>	
40210014 EMPLEADO ADTIVO. SERV. ALMACEN/RECEPCION 40210025 EMPLEADO ADTIVO. REGISTRO EXIST./APROVIS. 40210036 EMPLEADO ADTIVO. DE GUARDAMUEBLES 40210047 EMPLEADO ADTIVO. DE CONSIGNA 40210058 CONTROLADOR DE PESOS-BASCULISTA 40210069 ALMACENERO DE IND. S ALIMENTARIAS 40210070 ALMACENERO DE EMPRESA DE TRANSP. S 40210081 ALMACENERO MATERIAS PRIMAS (PREF. CALZADO) 40210092 REPARTIDOR FAENA INTERIOR APARADO CALZA. 40210100 ABASTECEDOR CADENA ENVASADO DE CALZADO 40210111 FACTURADOR ALMACEN DE CALZADO	
<b>DEPENDENCIA JERARQUICA:</b> Depende del Jefe de Departamento	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:</b> llevan registros de las mercancías producidas y del material de producción recibido, así como de su peso, entrega, expedición o almacenamiento.	
<b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar y controlar la recepción y expedición de mercancías y llevar los registros pertinentes.</li> <li>Llevar el inventario de las existencias, verificar las entradas y salidas, evaluar las necesidades y hacer pedidos para reponer las existencias.</li> <li>Recibir, almacenar y entregar herramientas, piezas de recambio, repuestos y equipos diversos, y llevar los registros pertinentes.</li> </ul>	

- Pesar las mercancías recibidas, entregadas, fabricadas o despechadas, y llevar los registros pertinentes.
- Establecer inventarios de mobiliario y de otros efectos que deban guardarse en depósitos.

**FORMACIÓN NECESARIA:**

Nivel de estudios:

Formación Profesional del Sistema Educativo	Certificado de profesionalidad
Ciclo formativo de Grado Superior (Nivel 3 de cualificación). Administración y Finanzas	Se señalan las cualificaciones relacionadas al no estar definido el Certificado. Gestión y control del aprovisionamiento (RD 109/08) Organización y gestión de almacenes (RD 109/08)

Conocimientos comunes para el sector de actividad: Conocimientos sobre economía y temas administrativos.

Conocimientos específicos:

- Gestión de aprovisionamiento.
- Gestión financiera.
- Recursos humanos.
- Contabilidad y Fiscalidad.
- Aplicaciones informáticas de teclados.
- Gestión comercial y servicio de atención al cliente.

**TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:**

Equipos informáticos	Aplicaciones informáticas de planificación de rutas	Sistemas informáticos de localización de vehículos	Programas específicos de programación y control de proyectos y tareas
Herramientas de planificación de las necesidades de materiales	Herramientas de planificación de la distribución	Herramientas de comunicación e intercambio de la información	Internet, correo electrónico y fax entre otros

**COMPETENCIAS REQUERIDAS:**

- Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación /exportación y/o introducción /expedición de mercancías.
- Gestionar las operaciones de financiación y de cobro y pago para transacciones internacionales de mercancías y servicios.
- Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.
- Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento y en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.
- Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.
- Organizar, gestionar y controlar la distribución capilar de mercancías y las operaciones de transporte de larga distancia.

**FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA**

- Almacenamiento

**PROCESOS DE ENTRADA:**

Normativa sobre seguros del transporte internacional de mercancías	Aranceles de aduanas	Normativa sobre certificaciones, normalizaciones y homologaciones	Regulación legislativa para cada tipo de régimen administrativo-comercial en las operaciones internacionales
Información sobre barreras al comercio internacional	Legislación aplicable al despacho de aduanas	Contrato compraventa internacional	Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías (INCOTERMS)
Previsiones de venta o demanda del período	Niveles de servicio y política de stocks de la organización	Estrategia comercial de la organización	Documentación de vehículos, mercancías y órdenes de servicio de reparto
Normas de seguridad e higiene en la manipulación de mercancías	Callejero. Mapa de carreteras		

**RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:**

Dimensión de flota de reparto	Organización del sistema de distribución	Confección de rutas de reparto	Hoja de ruta
Acuerdo de condiciones de subcontratación con transportistas ajenos a la empresa	Control de cumplimiento y calidad del reparto de mercancías, entregas y recogidas puntuales	Programa de aprovisionamiento	Capacidad de producción y/o venta de la organización
Procedimientos normalizados de calidad en el aprovisionamiento	Propuesta de acciones correctoras en el sistema de distribución capilar	Resolución de incidencias en el reparto	Listado de parámetros y lotes de materiales y/o pedidos

**PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:** en crecimiento, por la necesidad de gestionar y ajustar los costes en las compras.

**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

- Empleado, almacenamiento
- Empleado, control de peso/báscula

**FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: EMPLEADOS DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE DE PASAJEROS Y MERCANCÍAS****ÁREA: LOGÍSTICA**

**AREA FUNCIONAL:** Logística

**Código C.N.O. 2011:** 4123 (CIUO 4323)

**Código SISPE 2002**

- 40230012 EMPLEADO ADTIVO.SERVICIO TRANS.,EN GRAL.
- 40230021 EMPLEADO ADTIVO. SERV. TRANSP.CARRETERA
- 40230030 EMPLEADO ADTIVO.SERV. TRANSP. MARITIMO
- 40230041 EMPLEADO ADTIVO. DE ADUANAS
- 40230052 JEFE DE ESTACION (TRANSP. POR CARRETERA)
- 40230063 JEFE DE ESTACION(TRANSP.POR FERROCARRIL)
- 40230074 AGENTE DE TRANSPORTES, EN GRAL.
- 40230085 AGENTE DE MUDANZAS EMPRESA DE TRANSP.
- 40230096 AGENTE FACTURAC./RESERVAS EMP. TRANSP.
- 40230106 TRANSITARIO (CERTIFICACION D.G.T.)
- 40230115 FACTOR DE EMPRESA DE TRANSP.
- 40230124 FACTOR DE CIRCULACION POR FERROCARRIL
- 40230133 AGENTE DE TREN
- 40230142 AGENTE DE TIERRA (TRANSP. AEREO)
- 40230151 AGENTE SERVICIOS AUXILIARES(TRANS.AEREO)
- 40230160 AGENTE DE TERMINAL (TRANSP. AEREO)
- 40230171 SERRALERO O SERRALISTA DE AVIONES
- 40230182 VISITADOR DE BUQUES

**DEPENDENCIA JERARQUICA:** Depende del Jefe de Departamento

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:** Los empleados de oficinas de servicios de transportes llevan registros de las operaciones de transporte de pasajeros y mercancías por carretera y ferrocarril o por vía aérea, coordinan la frecuencia de tales servicios y preparan informes para la dirección.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Llevar registros de las operaciones de transporte de pasajeros y mercancías y coordinar la frecuencia de tales servicios
- Dirigir el movimiento de los trenes dentro de un tramo o zona de una red ferroviaria y llevar los registros pertinentes
- Dirigir y controlar la manipulación de cargas y fletes en una estación de ferrocarril y llevar los registros pertinentes
- Coordinar y llevar registros de las actividades de explotación del transporte por carretera, como signación y horarios de vehículos y conductores, carga y descarga de vehículos y almacenamiento de mercancías en tránsito
- Coordinar y llevar registros de las actividades de explotación del transporte aéreo de pasajeros y mercancías, como reserva de plazas y preparación de listas de pasajeros y de manifiestos
- Preparar informes y elevarlos a sus superiores
- Desempeñar tareas afines
- Supervisar a otros trabajadores

**FORMACIÓN NECESARIA:**

<b>Nivel de estudios:</b> Título de formación profesional de grado superior	
<b>Formación Profesional del Sistema Educativo</b>	<b>Certificado de profesionalidad</b>
Gestión del transporte	Cualificación profesional Organización del transporte y la distribución (RD 109/08)
<p><u>Conocimientos comunes para el sector de actividad:</u> logística y transporte</p> <p><u>Conocimientos específicos:</u></p> <p>Gestión administrativa de transporte</p> <p>Gestión administrativa del comercio internacional</p> <p>Organización del servicio de transporte</p> <p>Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre</p> <p>Almacenaje de productos</p> <p>Comercialización del servicio de transporte</p> <p>Aplicaciones informáticas</p> <p>Lengua extranjera</p>	
<p><b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> Tecnologías de la información y la comunicación: aplicaciones específicas de la actividad, control de cumplimiento y calidad del reparto de mercancías, entregas y recogidas puntuales. Red de infraestructuras y plataformas logísticas, bases de datos y aplicaciones de seguimiento de mercancías.</p>	
<p><b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b></p> <p>Organizar, gestionar y controlar la distribución capilar de mercancías.</p> <p>Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.</p> <p>Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.</p> <p>Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en las relaciones y actividades de logística y transporte internacional.</p>	
<p><b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distribución</li> </ul>	
<p><b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> en crecimiento</p>	
<p><b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agente de planificación del transporte.</li> <li>• Jefe de tráfico de operaciones de transporte por carretera.</li> <li>• Jefe de tráfico en actividades de transporte combinado terrestre/marítimo/aéreo.</li> <li>• Técnico en logística del transporte.</li> </ul>	

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: OPERADORES DE CARRETILLAS ELEVADORAS		ÁREA: TRANSPORTE Y ALMACÉN	
AREA FUNCIONAL: Transporte y almacén			
Código C.N.O. 94: 8333 (CIUO 8344)			
Código SISPE 2002			
85430011 CONDUCTOR CARRETILLA ELEVADORA, EN GRAL.			
85430020 CONDUCTOR CARRET. ELEV, TRONCOS Y ROLLIZ.			
85430039 OPERADOR MANIP. Y DESPL. CARGAS/TRANS. MAR			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los operadores de carretillas elevadoras conducen, accionan y vigilan tales vehículos y aparatos utilizados para transportar, izar y apilar fardos y paletas cargadas de mercancías.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Accionar, conducir y vigilar el funcionamiento de equipos montados sobre vehículos con motor para cargar y descargar, transportar, izar y apilar mercancías o paletas cargadas en las estaciones terminales de carga y descarga, instalaciones portuarias, almacenes, fábricas y otros establecimientos</li><li>▪ Desempeñar tareas afines</li><li>▪ Supervisar a otros trabajadores</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios:			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
PCPI: Auxiliar de comercio y almacén		Cualificación profesional: Actividades auxiliares de almacén (RD 1179/08)	
Conocimientos comunes para el sector de actividad: Conocimientos sobre maquinaria			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gestión administrativa del transporte.</li><li>▪ Gestión administrativa del comercio internacional.</li><li>▪ Almacenaje de productos.</li><li>▪ Aplicaciones informáticas generales.</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA: aplicaciones informáticas de registro de inventarios. Equipos de carga y descarga.			
COMPETENCIAS REQUERIDAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.</li><li>▪ Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.</li><li>▪ Manipular cargas con carretillas elevadoras.</li></ul>			
FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Almacenamiento</li><li>▪ Distribución</li><li>▪ Carga y traslado de la mercancía</li></ul>			
PROCESOS DE ENTRADA:			
Normas de seguridad e higiene en la manipulación de mercancías		Documentación de vehículos, mercancías y órdenes de servicio de reparto	
RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:			
Colocación de las mercancías	Aprovisionamiento	Listado de parámetros y lotes de materiales y/o pedidos	Resolución de incidencias en el reparto
PROSPECTIVA Y TENDENCIAS: estable			
OCUPACIONES RELACIONADAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Operador, carretilla elevadora/vehículo</li></ul>			



FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: OPERADORES DE GRUAS, CAMIONES MONTA CARGAS Y DE MAQUINARIA SIMILAR DE MOVIMIENTO DE MATERIALES		ÁREA: TRANSPORTE Y ALMACÉN
AREA FUNCIONAL: Transporte y almacén		
Código C.N.O. 94: 8332 (CIUO 8343)		
Código SISPE 2002		
85200014 JEFE EQU.OPER.MAQ.MOV.TIERRAS/MATERIAL.		
85200023 ENCARGADO DE MANT. DE ALCANTARILLADO		
85200032 CAPATAZ DE OPERACIONES PORTUARIAS		
85420018 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA FIJA,EN GRAL.		
85420027 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA TORRE		
85420036 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA PUENTE		
85420045 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA DE PUERTO		
85420054 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA MOVIL		
85420063 CONDUCTOR-OPERADOR DE GRUA EN CAMION		
85420072 CONDUCTOR-OPERAD.GRUA S/VAGON FERROC.		
85420081 CONDUCTOR-OPER.ESCLUSA (CANAL, O PUERT.)		
85420090 CONDUCTOR-OPERADOR DE PUENTE LEVADIZO		
85420102 CONDUCTOR-OPERADOR DE TELEFERICO		
85420111 CONDUCTOR-OPERADOR DE FUNICULAR		
85420120 CONDUCTOR-OPERADOR DE TELESILLA		
85420139 CONDUCTOR-OPERADOR APARAT.ELEV. EN GRAL.		
85420148 CONDUCTOR-OPERADOR MAQ.Y HERRAM.PORT.		
85420157 CONDUCTOR-OPERADOR MAQ.Y ATRACC. FERIA		
85420166 MINERO DE TRANSP. Y EXTRACCION (MINAS)		
85420175 EMBARCADOR-COMPORTERO DE MINAS		
85420184 MAQUINISTA DE TRACCION (MINAS)		
85420193 MAQUINISTA DE POZO BALANZA (MINAS)		
85420205 ENGANCHADOR (MINAS)		
85420214 MAQUINISTA DE PLANO (MINAS)		
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento		
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los operadores de grúas, camiones montacargas y de maquinaria similar de movimiento de materiales accionan y vigilan grúas fijas y móviles y otros aparatos elevadores in situ.		
FUNCIONES PRINCIPALES:		
<div><div>-</div><div>Operar y vigilar grúas móviles o fijas, haciendo bajar y subir brazos y plumas, para elevar, mover, posicionar o colocar equipos y materiales.</div></div> <div><div>-</div><div>Operar y vigilar máquinas y aparatos para izar y subir o bajar materiales y personal en obras de construcción o en minas.</div></div> <div><div>-</div><div>Accionar y vigilar teleféricos e instalaciones similares;</div></div> <div><div>-</div><div>Accionar y vigilar la maquinaria utilizada para remolcar o arrastrar mediante cables, balsas o barcasas con pasajeros, vehículos o mercancías durante breves trayectos;</div></div> <div><div>-</div><div>Accionar y vigilar la maquinaria que abre y cierra puentes levadizos o giratorios para permitir la circulación fluvial y por carretera</div></div> <div><div>-</div><div>Accionar y vigilar grúas provistas de accesorios de dragado para dragar vías fluviales y otras zonas</div></div> <div><div>-</div><div>Accionar grúas instaladas sobre embarcaciones o barcasas para elevar, mover y colocar equipos y materiales.</div></div>		
FORMACIÓN NECESARIA		
Nivel de estudios:		
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad
PCPI: Auxiliar de comercio y almacén Carné profesional		Cualificación profesional: Actividades auxiliares de almacén (RD 1179/08)
Conocimientos comunes para el sector de actividad: Conocimientos sobre maquinaria		
Conocimientos específicos:		
<div><div>▪</div><div>Almacenaje de productos</div></div> <div><div>▪</div><div>Grúas móviles</div></div> <div><div>▪</div><div>Instalaciones para el movimiento de materiales</div></div>		



<b>TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:</b> maquinaria y equipos de carga y descarga	
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.</li> <li>Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.</li> </ul>	
Manipular cargas con carretillas elevadoras.	
<b>FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Almacenamiento</li> <li>Carga y traslado de la mercancía</li> </ul>	
<b>PROCESOS DE ENTRADA:</b>	
Normas de seguridad e higiene en la manipulación de mercancías	Documentación de vehículos, mercancías y órdenes de servicio de reparto
<b>PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:</b> estable	
<b>OCUPACIONES RELACIONADAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Operador, carretilla elevadora/vehículo</li> </ul>	

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: CONDUCTORES DE AUTOMÓVILES, TAXISTAS Y FURGONETAS		ÁREA: TRANSPORTE Y ALMACÉN	
AREA FUNCIONAL: Transporte			
Código C.N.O. 94: 841 (CIUO 8322)			
Código SISPE 2002			
86100018 CONDUCTOR PROFESIONAL DE AUTOMOVIL			
86100027 TAXISTA			
86100036 CONDUCTOR DE AMBULANCIAS			
86100054 CONDUCTOR DE FURGONETA HASTA 3,5 T.			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los taxistas y conductores de automóviles y furgonetas accionan y conducen automóviles, inclusive de alquiler, y furgonetas o camionetas para el transporte de pasajeros, correspondencia o mercancías.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Accionar y conducir automóviles o taxis para transportar pasajeros</li><li>▪ Accionar y conducir automóviles, furgonetas de menos de 3,5 t o camionetas para la distribución de correspondencia y paquetería o transportes de mercancías</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios:			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
Es necesario el carné de conducir correspondiente		Cualificación profesional: Conducción profesional de vehículos turismos y furgonetas (RD 1225/2010)	
Conocimientos comunes para el sector de actividad Conocimientos sobre maquinaria			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gestión administrativa del transporte.</li><li>▪ Gestión administrativa del comercio internacional.</li><li>▪ Organización del servicio de transporte.</li><li>▪ Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre.</li><li>▪ Almacenaje de productos.</li><li>▪ Comercialización del servicio de transporte.</li><li>▪ Aplicaciones informáticas de propósito general.</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA: vehículos. Sistemas de navegación: GPS.			
COMPETENCIAS REQUERIDAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>- Preparar y realizar el mantenimiento de primer nivel de vehículos de transporte urbano e interurbano por carretera.</li><li>- Realizar la conducción del taxi, turismo o furgoneta, y las operaciones relacionadas con la prestación del servicio.</li><li>- Realizar las actividades de atención a los usuarios y relaciones con clientes.</li></ul>			
FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Distribución</li></ul>			
PROCESOS DE ENTRADA:			
Información económica y jurídica del sector del transporte de mercancías	Publicaciones específicas de transporte	Normativa de seguridad y de circulación	Información comercial
Información sobre tarifas	Información sobre recursos humanos y materiales disponibles en la empresa	Red de almacenes	Información sobre características de las mercancías a transportar
Información sobre la disponibilidad de carga	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas
RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD: transporte			
PROSPECTIVA Y TENDENCIAS: crecimiento			
OCUPACIONES RELACIONADAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conductor, taxi</li><li>▪ Conductor, furgoneta/hasta 3,5 t</li><li>▪ Conductor, ambulancia</li></ul>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: CONDUCTORES DE CAMIONES		ÁREA: TRANSPORTE Y ALMACÉN	
AREA FUNCIONAL: Transporte			
Código C.N.O. 2011: 843 (CIUO 8332)			
Código SISPE 2002			
86300016 CONDUCTOR DE CAMION, EN GRAL.			
86300025 CONDUCTOR DE CAMION DE GRAN TONELAJE			
86300034 CONDUCTOR CAMION T.I.R. (TRANS. INTERNAC.)			
86300043 CONDUCTOR CAMION MERCANCIAS PELIGROSAS			
86300052 CONDUCTOR DE CAMION CISTERNA			
86300061 CONDUCTOR DE CAMION CON REMOLQUE			
86300070 CONDUCTOR DE TRACTOCAMION			
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento			
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: Los conductores de camiones accionan y conducen camiones de más de 3,5 t de peso máximo autorizado para el transporte de todo tipo de mercancías a corta o larga distancia.			
FUNCIONES PRINCIPALES:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Accionar y conducir camiones de más de 3,5 t de peso máximo autorizado, como camiones con o sin remolque o aparatos de volquete, camiones basculantes o camiones cisterna para el transporte de mercancías, líquidos, o materiales especiales a corta o larga distancia. El transporte puede ser efectuado en un camión propio o alquilado</li><li>Desempeñar tareas afines y supervisar a otros trabajadores</li></ul>			
FORMACIÓN NECESARIA			
Nivel de estudios: Ciclo formativo de Grado Superior (Nivel 3 de cualificación). Gestión del transporte			
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad	
Es necesario el carné de conducir correspondiente Carne profesional		Cualificación profesional: Conducción de vehículos pesados de transporte de mercancías por carretera (RD 1225/2010)	
Conocimientos comunes para el sector de actividad Conocimientos sobre maquinaria			
Conocimientos específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte.</li><li>Realizar la comercialización de los distintos servicios de transportes de mercancías.</li><li>Realizar la conducción de vehículos.</li></ul>			
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA: vehículos. Sistemas de navegación: GPS.			
COMPETENCIAS REQUERIDAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Preparar y realizar el mantenimiento de primer nivel de vehículos de transporte urbano e interurbano por carretera.</li><li>Realizar la conducción del vehículo y otras operaciones relacionadas con los servicios de transporte.</li><li>Planificar los servicios de transporte y relacionarse con clientes.</li><li>Supervisar y/o realizar los procesos de carga y descarga de mercancías.</li></ul>			
FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA			
<ul style="list-style-type: none"><li>Distribución</li></ul>			
PROCESOS DE ENTRADA:			
Información económica y jurídica del sector del transporte de mercancías	Publicaciones específicas de transporte	Normativa de seguridad y de circulación	Información comercial
Información sobre tarifas	Información sobre recursos humanos y materiales disponibles en la empresa	Red de almacenes	Información sobre características de las mercancías a transportar
Información sobre la disponibilidad de carga.	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas	Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida y entrega de cargas
RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD: transporte			
PROSPECTIVA Y TENDENCIAS: crecimiento			
OCUPACIONES RELACIONADAS:			
<ul style="list-style-type: none"><li>Conductor, camión</li><li>Conductor, camión con remolque</li><li>Conductor, camión de mercancías peligrosas</li></ul>			

FICHA TÉCNICA DE PERFIL PROFESIONAL: PEONES DEL TRANSPORTE Y DESCARGADORES		ÁREA: TRANSPORTE Y ALMACÉN
AREA FUNCIONAL: Transporte y almacén		
Código C.N.O. 94: 9811 (CIUO 9331, 9332, 9333 )		
Código SISPE 2002		
98000014 PEON DEL TRANSPORTE, EN GRAL. 98000023 MOZO CARGA/DESCARGA, TRANS. TREN /CARRET. 98000032 MOZO CARGA/DESCARGA, TRANSP. AEREO 98000041 MOZO CARGA/DESCARGA, TRANSP. MARITIMO 98000050 MOZO CARGA/DESCARGA, ALMACEN 98000069 MOZO CARGA/DESCARGA, MERCADO ABASTOS 98000078 MOZO DE MUDANZAS 98000087 REPONEDOR DE HIPERMERCADO 98000096 REPARTIDOR A DOMICILIO, A PIE 98000108 CONDUCTOR DE VEHICULOS TRACCION ANIMAL 98000117 AMARRADOR DE BARCOS		
DEPENDENCIA JERARQUICA: Depende del Jefe de Departamento		
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD: manipulan carga; embalan bultos; acarrear, cargan y descargan muebles y otros enseres domésticos en las mudanzas o fardos de mercancías y otros tipos de carga o equipaje transportados por barco o avión, o transportan y depositan mercancías en diversos almacenes. Además pueden conducir vehículos tirados por animales u otros medios de transporte accionados a pedal o a brazo.		
FUNCIONES PRINCIPALES:		
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Embalar, izar, cargar y descargar muebles, máquinas, aparatos, enseres domésticos y otros objetos con objeto de transportarlos de un lugar a otro.</li><li>▪ Cargar y descargar mercancías y equipaje de camiones, furgones, vagones de ferrocarril, buques o aeronaves.</li><li>▪ Cargar y descargar cereales, carbón, arena y otros productos similares recurriendo a mangueras, cintas transportadoras, tubos de succión, etc.</li><li>▪ Conectar mangueras entre las tuberías de la estación terrestre y los depósitos de barcas, buques petroleros y otras embarcaciones para cargar y descargar petróleo, gases licuados y otros líquidos.</li><li>▪ Cargar y apilar mercancías en almacenes o depósitos similares.</li><li>▪ Conducir vehículos y máquinas de tracción animal y carruajes para el transporte de pasajeros y carga.</li><li>▪ Conducir vehículos accionados a pedal o a brazo para transportar pasajeros o carga</li><li>▪ Distribuir por cuenta de clientes los diversos artículos que éstos envían a distintas empresas, hogares y otras direcciones.</li></ul>		
FORMACIÓN NECESARIA		
Nivel de estudios: Ciclo formativo de Grado Medio (Nivel 2 de cualificación). Comercio		
Formación Profesional del Sistema Educativo		Certificado de profesionalidad
Programa de Cualificación Profesional Inicial: Auxiliar de Comercio y Almacén		Cualificación profesional: Actividades auxiliares de almacén (RD1179/08)
Conocimientos comunes para el sector de actividad Nociones básicas sobre transporte		
Conocimientos específicos:		
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Operación de almacenaje.</li><li>▪ Actividades auxiliares de operaciones de venta.</li><li>▪ Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.</li><li>▪ Aplicaciones informáticas de propósito general.</li></ul>		
TECNOLOGÍA QUE LE AFECTA:		
Equipos y terminales portátiles de sistemas de localización y organización de mercancías del almacén	Lectores ópticos de códigos de barras	Aplicaciones y equipos de etiquetado y marcaje del almacén
COMPETENCIAS REQUERIDAS:		
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.</li><li>▪ Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.</li><li>▪ Manipular cargas con carretillas elevadoras.</li></ul>		

**FASE/S DEL PROCESO EN LAS QUE PARTICIPA**

- Almacenamiento
- Distribución

**PROCESOS DE ENTRADA:**

Instrucciones de recepción/ubicación y expedición de mercancías	Albaranes, "parking list" y documentación de carga y transporte de mercancías	Codificación y simbología utilizada habitualmente en el almacén	Interpretación de códigos EAN y etiquetas de mercancías
Manual de procedimientos del almacén	Plan de prevención de riesgos laborales en el almacén	Plan de gestión ambiental y residuos del almacén	Órdenes de trabajo

**RESULTADOS DE SU ACTIVIDAD:**

Operaciones auxiliares de recepción, colocación y expedición de cargas	Identificación de anomalías y desperfectos en cargas	Trabajo en equipo con el resto de miembros del equipo de trabajo del almacén	Abastecimiento de zonas de "picking", estanterías, líneas de producción y áreas de depósito
Etiquetado y marcaje de cargas y mercancías	Recuento e inventario periódico de mercancías	Mantenimiento del orden y limpieza de las instalaciones y equipos de trabajo del almacén	Cumplimiento del Plan de prevención de riesgos y gestión ambiental del almacén

**PROSPECTIVA Y TENDENCIAS:** estable**OCUPACIONES RELACIONADAS:**

- Manipulador, carga
- Estibador
- Mozo, carga y descarga/mercancías de mercado de abastos
- Mozo, carga y descarga/almacén
- Reponedor de hipermercado
- Mozo de mudanzas

**CONSEJERÍA DE EMPLEO, MUJER E INMIGRACIÓN**