

## 1. MISIÓN Y FUNCIONES



### MISIÓN

**Organizar, realizar y controlar las operaciones comerciales en un territorio determinado o de una gama de servicios y productos concretos en contacto directo con los clientes o a través de tecnologías de información y comunicación, coordinando al equipo comercial y supervisando las acciones de promoción, difusión y venta de productos y servicios**

Fuente: Adaptación certificado de profesionalidad; COMT0411



### FUNCIONES

Comunicar precios y condiciones de pago, tomar nota de los pedidos y organizar las entregas

Informar a proveedores y fabricantes de la respuesta de los clientes a sus productos

Obtener y actualizar información sobre las condiciones del mercado y sobre los bienes y servicios de la competencia

Proporcionar a los clientes información sobre las características y funciones de los productos y equipos que vende su compañía y mostrar su uso y sus cualidades

Realizar el seguimiento de los clientes para garantizar la satisfacción con los productos comprados

Transmitir los pedidos y vender mercancías al por menor, a la industria, a mayoristas u otros establecimientos

Vender equipos, suministros y servicios relacionados a establecimientos comerciales o particulares

Fuente: Definidas a partir de las tareas de las Notas Explicativas del Catálogo Nacional de Ocupaciones

## 2. COMPETENCIAS Y HABILIDADES

### COMPETENCIAS TÉCNICO-PROFESIONALES

Fuente: [Esco \(europa.eu\)](http://esco.europa.eu)

#### CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES (1/2)

#### TRANSECTORIAL

- [comunicarse con los clientes](#)
- [gestionar el calendario de tareas](#)
- [elaborar estrategias de marketing](#)
- [garantizar el cumplimiento de los requisitos legales](#)
- [responder a solicitudes de presupuesto](#)
- [llevar registros de comunicaciones con clientes](#)

- [utilizar software de gestión de relaciones con clientes](#)
- [garantizar la orientación al cliente](#)
- [aplicar capacidades de comunicación técnica](#)
- [tener competencias informáticas](#)
- [ofrecer a los clientes servicios de seguimiento](#)
- [responder a consultas de clientes](#)

## CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES (2/2)

### ESPECÍFICAS DEL SECTOR

- [garantizar la satisfacción del cliente](#)
- [mantener la relación con los clientes](#)
- [realizar un seguimiento posventa](#)
- [atraer a nuevos clientes](#)
- [registrar los datos personales de los clientes](#)
- [contactar a los clientes por teléfono](#)
- [demostrar motivación para las ventas](#)
- [preparar informes de ventas](#)
- [implementar estrategias de ventas](#)
- [supervisar las actividades de venta](#)

- [hacer demostraciones de las características de un producto](#)
- [llevar un registro de las ventas](#)
- [realizar análisis de ventas](#)
- [mantener la relación con los proveedores](#)
- [garantizar el cumplimiento de la normativa de compra y contrataciones](#)
- [asesorar sobre las características de las mercancías](#)
- [buscar nuevos contratos regionales](#)
- [técnicas de promoción de ventas](#)

## CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS (1/2)

### TRANSECTORIAL

- [crear soluciones para problemas](#)
- [hablar diferentes idiomas](#)
- [realizar un análisis de las necesidades de los clientes](#)
- [afrontar problemas con actitud crítica](#)
- [supervisar las cifras de la industria de los medios de comunicación](#)

- [aplicar marketing en redes sociales](#)
- [elaborar instrumentos promocionales](#)
- [analizar las tendencias en los hábitos de consumo](#)
- [realizar investigación de medios de comunicación](#)
- [tramitar pagos](#)
- [elaborar estrategias multimedia](#)
- [ser diplomático](#)
- [gestionar operaciones financieras](#)

## CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS (2/2)

### ESPECÍFICAS DEL SECTOR

- [emitir facturas de venta](#)
- [realizar un discurso de venta](#)
- [trabajar con profesionales del sector de la publicidad](#)
- [proporcionar muestras publicitarias](#)

- [supervisar el registro de posventa](#)
- [mantenerse al día con los medios sociales de comunicación](#)

## CONOCIMIENTOS ESENCIALES

### TRANSECTORIAL

- [gestión de la relación con los clientes](#)

### ESPECÍFICOS DEL SECTOR

- [características del producto](#)
- [técnicas de promoción de ventas](#)
- [comprensión del producto](#)

- [estrategias de venta](#)
- [características del servicio](#)

## CONOCIMIENTOS OPTATIVOS (1/2)

### TRANSECTORIAL

- [pagos con tarjeta de crédito](#)
- [protección de los consumidores](#)
- [sistemas multimedia](#)
- [comunicaciones electrónicas](#)
- [procesos de fabricación](#)

- [tipos de medios de comunicación](#)
- [técnicas de publicidad](#)
- [industria de piezas metálicas](#)
- [planificación con respecto a los medios de comunicación](#)

## CONOCIMIENTOS OPTATIVOS (2/2)

### ESPECÍFICOS DEL SECTOR

- [productos de maquinaria de la industria textil](#)
- [aprovisionamiento electrónico](#)
- [actividades de venta](#)
- [equipos electrónicos y de telecomunicaciones](#)
- [equipo de oficina](#)
- [equipos agrícolas](#)
- [normas internacionales relativas a las transacciones comerciales](#)
- [productos de maquinaria](#)
- [productos de ferretería, fontanería y calefacción](#)
- [herramientas industriales](#)
- [sistemas de comercio electrónico](#)
- [productos de maquinaria para la minería, la construcción y la ingeniería civil](#)
- [estrategias de venta](#)

- [productos químicos](#)
- [productos de ropa y calzado](#)
- [tipos de aeronaves](#)
- [tipos de buques de navegación marítima](#)
- [productos lácteos y de aceite comestible](#)
- [bebidas](#)
- [especificaciones de software de las tecnologías de la información y de las comunicaciones](#)
- [formatos de los medios de comunicación](#)
- [publicidad exterior](#)
- [productos cosméticos y de perfumería](#)
- [precio del mercado](#)
- [artículos para el hogar](#)
- [cristalería](#)

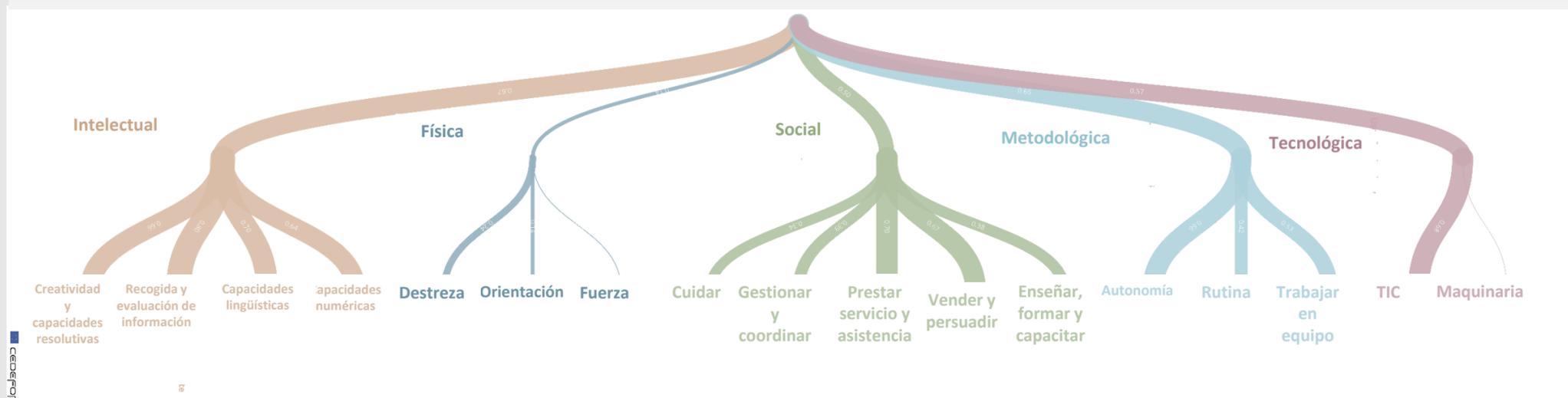
## HABILIDADES TRANSVERSALES

Fuente: [Tasks within occupations](https://tasks.withinoccupations.com/) | CEDEFOP (europa.eu)

Las habilidades transversales en este indicador son valoradas en una escala del 0 al 1 para cada grupo ocupacional en función de su importancia

Para el grupo de “**Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas**”, al que pertenecen las delegadas y los delegados comerciales destacan todas las habilidades relacionadas con el **intelecto** y las metodológicas, siendo la autonomía y el trabajo en equipo las más necesarias para estos perfiles.

Además, en el ámbito **social** tienen una gran relevancia habilidades de venta y persuasión, así como de servicio y asistencia mientras que el manejo de las TIC es muy importante en el área **tecnológica**.



## 3. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL



### CUALIFICACIÓN

Gestión comercial de ventas



### CERTIFICADO PROFESIONAL

Gestión comercial de ventas



### FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales



### FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Grado en Comercio  
 Grado en Dirección Comercial y Marketing



### OTRA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Formación específica y técnica en el sector, producto, o servicio sobre los que se va a realizar la acción comercial

**PROFESIÓN REGULADA: NO**

## REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

Fuente: SEPE, Perfiles de la oferta de empleo

### FORMACIÓN

• Respecto al nivel formativo que se requiere del candidato, señalar que está muy presente, pues en dos de cada tres ofertas se hacen mención expresa, habiendo una preferencia por los titulados universitarios de ciclo medio y superior, seguidos de quienes se les pide una formación secundaria general. La formación profesional está mucho menos presente. Cuando se manifiesta la titulación requerida lo habitual es que se inclinen por ciencias de la empresa o ingenierías varias, no teniendo una presencia significativa los estudios específicos orientados al área comercial (que se piden como formación complementaria), primando más los conocimientos genéricos o técnicos.

### EXPERIENCIA PROFESIONAL

La experiencia es requisito indispensable y suele pedirse dos años mínimo.

## 4. CONDICIONES DE TRABAJO



### JORNADA LABORAL

91 % tiempo completo y 9 % tiempo parcial

De las ofertas que manifiestan expresamente el tiempo de trabajo, un 91% lo ofrecen a tiempo completo y el resto a tiempo parcial, se prefiere la jornada partida y disponibilidad para viajar. En un 30% de las ofertas que ofrecen trabajo temporal se manifiesta la posibilidad de continuar en la empresa

Fuente: SEPE, Perfiles de la oferta de empleo



### RETRIBUCIÓN\*

El salario de los comerciales es de 15,512,27€ anuales, sumándole el plus de transporte 81,59€, dietas que ronda entre los 11,99€-29,09€ dependiendo de si es media o entera y kilometraje 0,2659€/km según el Convenio Colectivo del Sector de Comercio Vario de la Comunidad de Madrid (tabla salarial 2021)



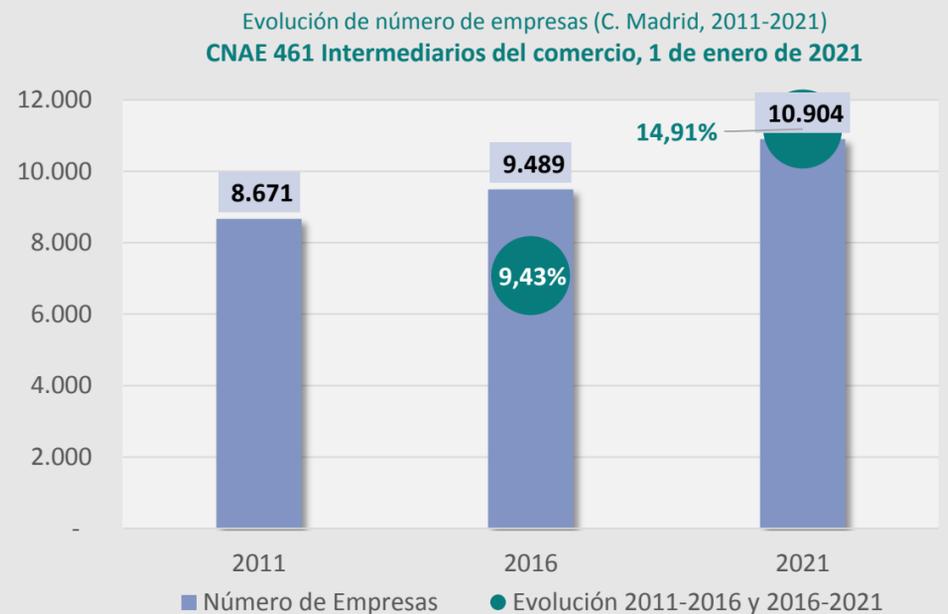
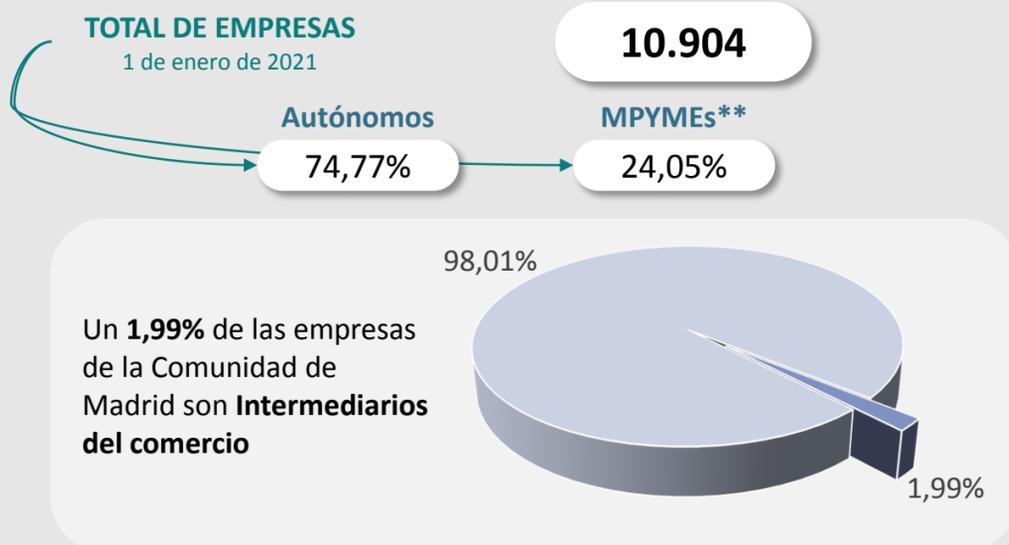
### UBICACIÓN ORGANIZATIVA

Trabajan como asalariadas o asalariados para empresas de cualquier sector, principalmente industriales (en cuyo caso los agentes pueden formar parte del departamento de ventas) o de servicios, donde destacarían empresas distribuidoras y comerciales

## 5. CONTEXTO

### TEJIDO EMPRESARIAL

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Directorio Central de Empresas, 1 de enero de 2021  
[INEbase / Economía / Empresas / Explotación estadística del directorio central de empresas. DIRCE / Últimos datos](#)

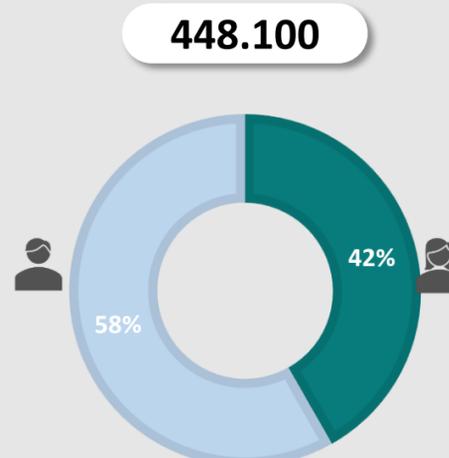


### MERCADO DE TRABAJO

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Encuesta de Población Activa (2011-2021)  
[INEbase / Mercado laboral / Actividad, ocupación y paro / Encuesta de población activa / Últimos datos](#)



### TOTAL DE EMPLEOS en el cuarto trimestre de 2021



% que representa la CM en el total del grupo ocupacional en España

19,15%

% que representa el grupo ocupacional sobre el total del empleo en la CM

14,11%

Los **datos actualizados** sobre demandantes de empleo, paro y contratación se pueden consultar **pinchando en el siguiente botón:**



## PERSPECTIVAS DE FUTURO

### TENDENCIAS DE FUTURO DEL SECTOR

1

Aumento de las campañas interactivas que involucren a usuarios y consumidores

2

Nuevos recursos por el avance digital y tecnológico

3

Globalización vs. Km0 en las preferencias de los consumidores

## PRINCIPALES CAMBIOS Y TECNOLOGÍAS

### FACTORES DE CAMBIO

Digitalización: cambio tecnológico y comercio electrónico

Nuevos modelos de comunicación y de compra

Cambios en las preferencias de consumo

### CONSECUENCIAS

Aumento de las interacciones con los clientes

Comunicación multicanal, aumento de los contenidos

Creatividad, innovación y flexibilidad ante tendencias de rápido cambio

Inteligencia prospectiva

Los principales cambios a los que se deben adaptar los delegados y las delegadas comerciales son consecuencia de la digitalización y avances tecnológicos. Así, se automatizan las compras y se reducen los plazos de gestión de las ventas a la vez que se reduce la presencialidad entre delegado/cliente

Una de las mayores innovaciones que se han producido y que se seguirá extendiendo es el uso de catálogos interactivos y personalizados que contribuyen a esa reducción de plazos y tiempos.

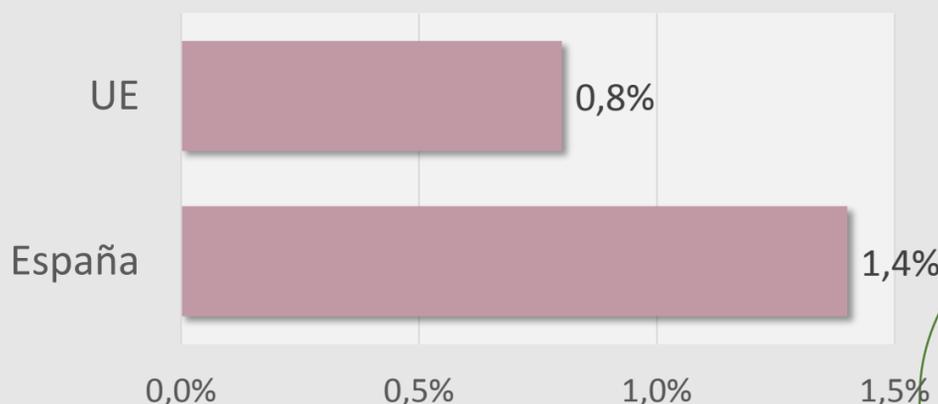
### HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍAS

- **Competencias ofimáticas avanzadas:** que permitan el uso de los diferentes software vinculados con el ecommerce, la gestión de páginas webs y redes sociales y la extracción de información sobre interacciones, posicionamiento o perfil de las personas usuarias y consumidoras.
- **Redes sociales e internet:** alto conocimiento en su uso con fines comerciales.
- **Uso de software de diseño:** de diseño gráfico, edición de fotos y vídeos, para la creación de contenidos y otros recursos.

## PERSPECTIVAS EN EL EMPLEO

Fuente: | [de pronóstico de habilidades CEDEFOP \(europa.eu\)](#)

### Crecimiento del empleo (% tasa anual)



Variación absoluta esperada del empleo en España

**+156.601**

Nivel de cualificación de los nuevos empleos esperados

ALTO

89.282

MEDIO

77.475

BAJO

-10.157

- **Ocupación:** Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas
- **País:** España
- **Periodo:** 2021-2030





Según las proyecciones a 2030 de CEDEFOP, el grupo ocupacional **“Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas”** crecerá en España bastante por encima del crecimiento que tendrá en Europa, siendo el sector del otro comercio al por menor en el que se concentrará la mayor parte del empleo.

El empleo crecerá en puestos de trabajo con una cualificación alta y media, siendo más cuantiosos los superiores. Por el contrario, se reducirá el empleo en los niveles bajos de cualificación.

Realizando a partir de los datos disponibles\* una estimación del crecimiento del empleo en Madrid, en el año 2030 habrá unos 29.990 profesionales más que en 2021.

## 6. IDENTIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN

### CARACTERIZACIÓN

#### OCUPACIÓN SISPE

Delegados comerciales, en general

#### CÓDIGO SISPE

35101028

#### FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y Marketing

#### ÁREAS

- Compraventa
- Marketing y relaciones públicas

#### CNAE

461 Intermediarios del comercio

#### OCUPACIONES SISPE AFINES

- 35101019 Agentes comerciales
- 35101037 Representantes de comercio, en general

### EQUIVALENCIAS EN OTRAS CLASIFICACIONES

#### CNO-11

3510 – Agentes y representantes comerciales

#### CIOU-08

3322 – Representantes comerciales

#### GRUPO OCUPACIONAL

3 - Técnicos; profesionales de apoyo

#### ESCO

[33221 - representante comercial](#)

En los apartados de “Ocupaciones SISPE Afines”, “CNO-11” y “CIOU-08” se presenta el nombre oficial en dichas clasificaciones, siendo este masculino genérico. Los términos de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendido de mujeres y hombres

\*El pronóstico se ha realizado a partir de la combinación de información numérica proveniente de la EPA y de CEDEFOP