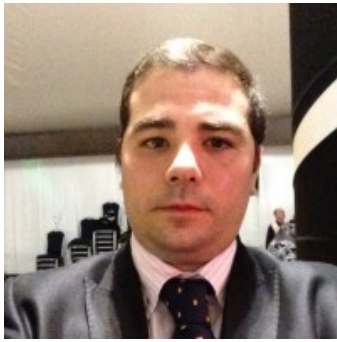




OBJETIVO

Dar a conocer la experiencia Laboral y las cualificaciones profesionales de Ignacio

FORMACIÓN ACADÉMICA

- Título de B.U.P (Bachillerato Unificado Polivalente)
- Técnico en Sistemas Microinformáticos
- Auditor de Calidad y sistemas integrados
- Técnico Networking (Módulo CNNA1)
- Gestión y Administración Financiera del Comercio Internacional
- Inglés Nivel B1 academia Ilingua.

EXPERIENCIA

Subagente de Seguros 2001 – 2003

- Venta y Comercialización de productos aseguradores para la empresa SANTA LUCIA SEGUROS.

Agente de Seguros 2003 – 2004

- Venta y Comercialización de productos aseguradores, bancarios y de inversión del holding MAPFRE-CAJA MADRID.

Responsable del Área de Diversos 2004 – 2005

- Creación, Formación y dirección del equipo de ventas, para el área de diversos para la empresa SANTA LUCIA SEGUROS.

Asesor Financiero 2005 – 2006

- Venta y comercialización de productos financieros de diversas entidades, para MERCEDES BENZ en su concesionario de Albacete (Automóviles Villar)

Vendedor 2006 – 2008

- Venta y comercialización de productos de Ferretería Industrial para WURTH en el sector de Instaladores (Electro – Sanitarios).

Comercial 2008 – 2010

- Venta y comercialización de productos ofimáticos, tecnológicos e informáticos para el Distribuidor Oficial CANON en Albacete (Chumillas S.L.)

Asesor de Telecomunicaciones 2010 – 2012

- Venta y comercialización de los productos de telefonía, informática y servicios de VODAFONE España.

Responsable Comercial 2013 – 2017

- Dirección y gestión del equipo comercial de la Agencia de Albacete de Almudena Seguros, así como la gestión de las campañas de venta y promoción, como la fidelización de la cartera de clientes.

Gestor Comercial Grupo Damm 2017 – Mazo 2023

- Delegado de ventas cerveza y agua en la zona de Albacete y Murcia: La zona de actuación en la que desempeño mis labores comprende toda la provincia de Albacete hasta el año 2020 y la Región de Murcia desde 2021, en la cual me responsabilizo de la captación y fidelización de clientes potenciales, análisis de la competencia, confección de estrategias y promociones, el seguimiento de las mismas, gestión de los equipos comerciales de los distribuidores, y la optimización de la rentabilidad de los productos comercializados. Acciones comerciales para el lanzamiento de nuevos productos o con poca rotación. Gestión de los presupuestos asignados y consecución de los objetivos marcados