

Gabriel Morales

Con más de 20 años de experiencia en el mercado laboral, me considero apto para desarrollar diversas tareas y con la capacidad de adaptación suficiente para lograr los objetivos que me proponga.



LinkedIn: @gabrielmoralesberon

12 de Enero de 1985

(+34) 634 474 585

gabrielmorales_5@hotmail.com

Felipe Serrate 3, 2A
48013, Bilbao

EXPERIENCIA

Faster Empleo, Bilbao

Consultor Comercial

Septiembre de 2025 Marzo 2026 (7 meses)

Establecer relaciones profesionales con clientes potenciales, garantizando la mejor cobertura para sus empresas a través de una dotación confiable de personal.

Análisis del mercado. Control de facturación. Trato con proveedores.
Confección de informes comerciales. Creación de informes de situación.
Tablas de control de partes de horas, altas y bajas.

Ananda ETT, Bilbao

Delegado Comercial

Marzo de 2025 – Septiembre de 2025 (7 meses)

.Búsqueda y captación de empresas
.Visitas comerciales
.Prospección comercial
.Promoción y contratación de personal
.Generación de presupuestos y seguimiento.

Importación y venta (Autónomo), Bilbao

Enero de 2022 – Febrero de 2025 (3 años)

.Creación de contenido
.Búsqueda de colaboradores
.Trato con proveedores
.Contacto con clientes
.Ampliar base de datos
.Especialista en Marketing: sitio web, redes sociales.

APTITUDES

Administración. Organización de tareas.
Optimización de procesos.
Control de facturación.
Contacto con proveedores.
Operaciones de venta.
Prospección de ventas.
Gestión de relaciones con clientes.

CURSOS Y CERTIFICACIONES

Desarrollo Sostenible y Gestión Ambiental.
Registro Retributivo, Formación de la
Igualdad y sensibilización LGTBI.
Social Media Marketing en Comercio.
Ciberseguridad, Prevención, Análisis y
Respuesta a Incidentes de Seguridad.
Fundamentos de Marketing Digital.

OTROS CONOCIMIENTOS

Inglés oral y escrito.
Excel, Word y Power Point nivel profesional.
Carnet de conducir y vehículo propio.

BNP Paribas Cardiff, Buenos Aires

Analista Senior

mayo de 2012 – mayo de 2017 (5 años)

Nuevos productos: analizar la información del mercado, tendencias de compra de clientes propios y potenciales, necesidades latentes para desarrollar productos con alto nivel de utilización. Armado de productos innovadores, acordes a las nuevas tecnologías y hábitos de consumo y estilo de vida del público objetivo.

Análisis y Mejora de Productos Actuales: Mejorar la performance a nivel cobertura/precios y mantenerlos competitivos con respecto a los productos de la competencia.

Política de Precios: Llevar adelante la política de precios y negociación con la Gerencia Comercial para los aumentos. Seguimiento de los aumentos realizados y facturación adicional que se genera. Matriz de índice de precios, Matriz de productos, y análisis de que productos BNP Paribas Cardif se sugiere aumentar y en cuanto. Evaluar resultados de los negocios, detectar oportunidades de mejora, proponer planes de acción para corregir desvíos. Creación de Manuales de Productos Genéricos: Visibilidad de todos los productos que ofrece la compañía. Debe contener la información básica que necesiten las distintas áreas para conocer los productos que se comercializan, y además que marque lineamientos de imagen y comunicación.

LAM Highlights Mensual + Directorio Trimestral: Informes específicos que recopilan información de toda la Compañía. Participan todas las áreas, aportando los datos necesarios para hacer un seguimiento del negocio y del funcionamiento interno.

Cotizaciones y Servicios de Asistencia: Dar servicio a los comerciales para la incorporación de la asistencia con mejor relación en servicio/precio y más apropiada para el producto en cuestión.

Visión Cliente Final: Armado y Seguimiento del plan de Customer Centric Program 2014 e incorporar a la compañía la mirada cliente.

Plan de Marketing: Armado Plan de marketing estratégico de la gerencia con los principales ejes definidos. Planificación estratégica.

Grupo Codere, Buenos Aires

Analista de Producto

noviembre de 2010 – mayo de 2012 (1 año 7 meses)

Nuevos productos: analizar la información del mercado, tendencias de compra de clientes propios y potenciales, necesidades latentes para desarrollar productos con alto nivel de utilización. Armado de productos innovadores, acordes a las nuevas tecnologías y hábitos de consumo y estilo de vida del público objetivo.

Análisis y Mejora de Productos Actuales: Mejorar la performance a nivel cobertura/precios y mantenerlos competitivos con respecto a los productos de la competencia.

Política de Precios: Llevar adelante la política de precios y negociación con la Gerencia Comercial para los aumentos. Seguimiento de los aumentos realizados y facturación adicional que se genera. Matriz de índice de precios, Matriz de productos, y análisis de que productos BNP Paribas Cardif se sugiere aumentar y en cuanto. Evaluar resultados de los negocios, detectar oportunidades de mejora, proponer planes de acción para corregir desvíos. Creación de Manuales de Productos Genéricos: Visibilidad de todos los productos que ofrece la compañía. Debe contener la información básica que necesiten las distintas áreas para conocer los productos que se comercializan, y además que marque lineamientos de imagen y comunicación.

LAM Highlights Mensual + Directorio Trimestral: Informes específicos que recopilan información de toda la Compañía. Participan todas las áreas, aportando los datos necesarios para hacer un seguimiento del negocio y del funcionamiento interno.

Cotizaciones y Servicios de Asistencia: Dar servicio a los comerciales para la incorporación de la asistencia con mejor relación en servicio/precio y más apropiada para el producto en cuestión.

Visión Cliente Final: Armado y Seguimiento del plan de Customer Centric Program 2014 e incorporar a la compañía la mirada cliente.

Plan de Marketing: Armado Plan de marketing estratégico de la gerencia con los principales ejes definidos. Planificación estratégica.

FORMACIÓN

Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Buenos Aires

Marzo de 2004 - Diciembre 2010

Licenciatura en Administración de Empresas.