

Guia de carreira

Gestão Comercial

A ponte entre quem você é hoje e
quem você pode se tornar amanhã



Sumário

1. <u>Qual é o futuro da carreira em Gestão Comercial?</u>	4
A mudança que já começou	
2. <u>Quais profissionais o mercado procura?</u>	6
As habilidades para atravessar essa transformação	
3. <u>O que diferencia quem vende no imprevisto de quem constrói o processo comercial?</u>	8
O conhecimento que constrói essa ponte	
4. <u>Como vai ser o meu futuro com essa profissão?</u>	10
As possibilidades do outro lado da ponte	
5. <u>Como saber se a carreira em gestão comercial combina comigo?</u>	15
Descubra onde você está nessa jornada	
6. <u>Como atravessar a ponte para um futuro de sucesso com gestão comercial?</u>	15
O próximo passo para construir essa trajetória	



Escolher sua carreira é uma decisão que envolve muitas perguntas:

Vale a pena trabalhar com vendas?

Gestão comercial combina comigo?

Como saber se eu tenho perfil para a área?

É uma profissão do futuro ou a IA vai tomar o lugar do vendedor?

Dá para ganhar bem nessa carreira?



Quando uma nova área surge e transforma o mercado de trabalho, é natural ter dúvidas sobre o caminho a seguir. Entre tantas possibilidades, entender onde você pode chegar é o primeiro passo para construir uma trajetória profissional. **Este guia foi criado para ajudar você a encontrar essas respostas e descobrir como a carreira em gestão comercial pode fazer parte da sua jornada.**

Se você já fez alguma dessas perguntas, está no lugar certo. Escolher uma carreira é decidir por qual ponte você quer atravessar: de um lado está quem você é hoje, com suas dúvidas e vontades; do outro, o profissional que você pode se tornar.

Este guia caminha com você por essa travessia na área comercial. Ele mostra como o mercado funciona, quanto se ganha, o que muda com a tecnologia e como saber se essa área tem a ver com o seu jeito. Sem pressão e sem promessas fáceis.

Não é preciso ter certeza de nada agora. A ideia é que, ao chegar ao fim, você tenha informação suficiente para dar o próximo passo com mais clareza. Vamos juntos?



1. Qual é o futuro da carreira em Gestão Comercial?

A mudança que já começou

Por muito tempo, o profissional de vendas foi imaginado como um vendedor nato, aquele que fechava negócio na base da lábia e do relacionamento. Essa figura não sumiu, mas ficou pequena diante do que o mercado pede hoje.

A área comercial se profissionalizou: virou uma função estratégica, movida a dados, processos e tecnologia.

O gestor comercial de hoje não vende no improviso. Ele lê o funil de vendas, acompanha indicadores, usa CRM e estrutura processos que tornam o resultado previsível. A negociação e o relacionamento seguem no centro, agora apoiados por método e dados.

Antes	Agora
Vendedor que dependia do talento e do improviso	Gestor que combina método, dados e tecnologia
Venda como ato isolado, focada no negócio do dia	Venda como processo previsível (funil e cadência)
Controle em planilhas e na memória do vendedor	CRM e inteligência de dados no centro da operação
Vendas e marketing separados	Vendas e marketing integrados (growth e receita)



1.1 O que vem pela frente

- **Venda orientada por dados:** analisar o pipeline, prever fechamentos e priorizar as contas certas virou parte do trabalho. Quem lê indicadores decide melhor e bate meta com mais consistência.
- **O boom do digital:** com o e-commerce brasileiro projetado acima de R\$ 258 bilhões em 2026, cresce a procura por gestores que dominam canais digitais, marketplaces, CRM e automação de marketing.

- **IA aplicada a vendas:** ferramentas de IA já apoiam a pesquisa de contas, a personalização da abordagem e a análise de reuniões. Quem usa IA ganha tempo e vende mais.
- **Modelo consultivo:** o cliente chega mais informado, então o vendedor deixa de empurrar produto e passa a diagnosticar necessidades e propor solução. A venda vira consultoria.

Esses movimentos não vão eliminar o vendedor. Eles mudam o que se espera dele: menos improvisado, mais estratégia. É por isso que a área virou uma das mais promissoras para quem quer começar uma carreira agora.

Vendedor de talento individual



Profissional que domina método e processo



Gestor comercial que decide com dados e tecnologia

A boa notícia é que vender deixou de ser um dom de nascença e virou uma competência que se aprende, se treina e se domina. Se essa mudança combina com o que você procura, a travessia já começou. Você se imagina nesse novo perfil, que une conversa e números?

Fontes:

E-COMMERCE BRASIL. E-commerce deve faturar cerca de R\$ 260 bilhões em 2026. 2026.

TIMES BRASIL | CNBC. E-commerce no Brasil passa de R\$ 200 bilhões. 2026.



2. Quais profissionais o mercado procura?

As habilidades para atravessar essa transformação

A área comercial tem uma vantagem que poucas têm: toda empresa precisa vender. Isso faz do profissional de vendas um dos mais procurados do mercado, em praticamente todos os setores, com demanda que não esfria mesmo em cenários difíceis.

Segundo o Guia Salarial da Robert Half, a área comercial está entre as oito funções de maior demanda no Brasil.

Em número: o e-commerce brasileiro deve passar de R\$ 258 bilhões em 2026, com 96,87 milhões de compradores online. Isso puxa a procura por gestores comerciais digitais. Vendas externas, desenvolvimento de negócios e inside sales lideram as contratações.

Indicador	O que revela
Entre as 8 áreas de maior demanda (Robert Half)	Vagas em praticamente todo setor da economia
E-commerce acima de R\$ 258 bi em 2026	Alta procura por perfis de comércio digital
Personalização eleva receita (McKinsey)	Valor de quem cruza vendas com dados
Perfis híbridos (vendas + dados) em alta	Fluência digital virou pré-requisito



2.1 O que o mercado pede

O profissional valorizado hoje mistura duas frentes. De um lado, as hard skills: processo de vendas (prospecção, funil e forecast), domínio de CRM (Salesforce, HubSpot, RD Station), análise de indicadores e uso de IA para pesquisar contas e personalizar abordagens.

De outro, as soft skills, que em vendas sempre foram centrais: comunicação clara, escuta ativa, empatia para entender a dor do cliente, resiliência diante do não e vontade de aprender rápido. A tecnologia é o músculo; o relacionamento segue sendo o coração da venda.

Hard skills (o que abre portas)	Soft skills (o que faz você ficar)
Prospecção, funil e forecast	Comunicação clara e escuta ativa
CRM e análise de indicadores	Empatia com a dor do cliente
Negociação e precificação	Resiliência diante do não
E-commerce e uso de IA	Aprendizado contínuo e proatividade



2.2 Os perfis que o mercado busca

O mercado comercial não procura um único tipo de pessoa. Há espaço para o perfil de relacionamento, que gosta de conversar, negociar e construir confiança; para o perfil analítico, que se conecta com dados, funil e indicadores; e para o perfil de gestão, que prefere organizar processos e liderar times. A maioria das carreiras combina um pouco de cada, e a formação ajuda você a descobrir onde se sai melhor.



2.3 Onde estão as vagas

Tecnologia, SaaS e fintechs (Totvs, RD Station, Salesforce, Nubank, Stone) contratam inside sales e executivos de contas. O varejo físico e digital (Magazine Luiza, Renner, Mercado Livre, Shopee, Amazon) é a maior porta de entrada. A indústria e os bens de consumo (Ambev, Nestlé, Unilever, JBS) mantêm grandes equipes B2B. Serviços financeiros, saúde e farmacêutica completam a lista.

E há o reconhecimento financeiro: a área comercial é uma das poucas em que o esforço vira ganho direto, porque parte da remuneração vem de comissão e bônus. Você vê os números na Seção 4.

Em resumo, o mercado procura quem une conversa e método. E a boa parte é que esse perfil não é de nascença: ele se constrói, começando pela formação certa.

Fontes:

ROBERT HALF. *Guia Salarial 2026: Vendas e Marketing*. 2026.

MCKINSEY & COMPANY. *The Value of Getting Personalization Right*. 2021.



3. O que diferencia quem vende no improviso de quem constrói o processo comercial?

O conhecimento que constrói essa ponte

Todo mundo já vendeu alguma coisa na vida. A diferença entre vender de vez em quando e construir uma carreira comercial está no método.

O amador depende da sorte e do improviso; o profissional preparado sabe por que ganhou ou perdeu um negócio e consegue repetir o acerto. É esse conhecimento que separa quem fecha uma venda de quem gere o resultado de um time inteiro.

Quem vende no improviso	Quem constrói o processo
Depende do talento e do dia	Trabalha com método e cadência
Não sabe por que ganhou ou perdeu	Lê indicadores e ajusta a abordagem
Fala de preço	Usa CRM e organiza o funil
Responde dúvidas de benefícios	Constrói valor e negocia com técnica
Vende sozinho	Lidera e forma um time



3.1 O que a formação ensina

Uma boa graduação em Gestão Comercial não treina só a conversa. Ela ensina a estruturar o processo de vendas, ler indicadores, precificar, negociar com técnica, usar CRM e planejar canais (loja física, e-commerce e marketplace).

No curso da PUCPR, isso aparece em disciplinas como Técnicas de Negociação e Vendas, Customer Experience, Omnichannel e Marketplace, Precificação, Gestão de Marketing e Liderança.



3.2 As ferramentas do dia a dia

Na prática, o gestor comercial trabalha com CRM (Salesforce, HubSpot, RD Station, Pipedrive), ferramentas de prospecção (LinkedIn Sales Navigator, Apollo), dashboards de indicadores (Power BI) e IA generativa para pesquisar contas e preparar reuniões. Não é preciso dominar tudo de saída: você aprende no caminho.



3.3 Da teoria à prática

O segredo de uma boa formação é não parar na teoria. Você aprende um conceito e aplica em seguida: monta um funil, simula uma negociação, analisa um caso de e-commerce, testa uma abordagem com apoio de IA. Assim, quando chega a primeira vaga, você já sabe o que fazer, em vez de começar do zero.

Curso rápido	Formação completa
Ensina uma técnica pontual	Forma o raciocínio comercial inteiro
Bom para um primeiro contato	Prepara para cargos de gestão
Foco em uma ferramenta	Método, dados, pessoas e estratégia
Sem diploma	Diploma que abre portas em seleções

Você não precisa começar sabendo tudo. Ninguém entra na área dominando CRM, negociação e análise de dados ao mesmo tempo. Essas competências se constroem, e a formação existe para encurtar esse caminho. No fim, o que diferencia os dois lados da ponte é simples: um vende quando dá; o outro construiu um jeito de vender que se repete e cresce.

Fontes:

SALESHUNTER. *Hard Skills em Vendas B2B*. 2026.

AGENDOR. *Hard e Soft Skills em Vendas*. 2025.



4. Como vai ser o meu futuro com essa profissão?

As possibilidades do outro lado da ponte

Do outro lado da ponte, o que você encontra? A carreira comercial não é um caminho só. Ela se abre em várias trilhas, e você pode migrar entre elas ao longo do tempo, conforme descobre o que combina mais com você.

Trilha	O que você faz
Gestão de Vendas e Equipes	Lidera times, define metas e acompanha indicadores
Business Development	Prospecta novos mercados e abre contas
E-commerce e Comércio Digital	Cuida de loja virtual, marketplace, CRM e conversão
Trade Marketing	Planeja ações no ponto de venda e a relação com o canal
Consultoria Comercial	Estrutura processos e estratégias de vendas para empresas
Empreendedorismo	Cria e gere o próprio negócio

Além dessas trilhas, o profissional pode atuar integrado às áreas de Marketing, Inteligência Comercial, CRM, Growth, Trade Marketing, Customer Success, Planejamento Comercial, Expansão de Negócios e E-commerce, dependendo da estrutura da empresa.



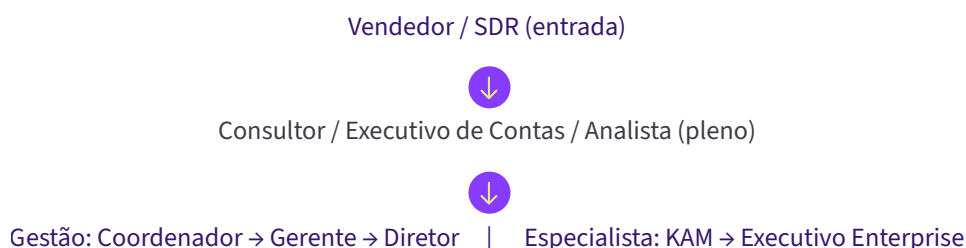
4.1 Os formatos de trabalho

Dá para seguir a carreira corporativa (de vendedor a gerente e diretor, com metas e plano de carreira), trabalhar em home office ou híbrido (o inside sales consolidou o remoto em vendas), atuar como consultor comercial para várias empresas ou empreender, já que a base de vendas e negociação é uma das mais úteis para quem quer ter o próprio negócio.



4.2 Como a carreira evolui

A partir do nível pleno, a carreira se divide em dois caminhos que podem pagar igualmente bem: a gestão (coordenador, gerente, diretor), que cresce pela hierarquia, e o especialista em vendas (KAM, executivo enterprise), que cresce pelo variável. Um bom especialista pode ganhar tanto quanto um gerente.



4.3 O perfil híbrido

O profissional mais disputado hoje é híbrido: entende de vendas e de dados, sabe conversar e sabe ler um dashboard, transita entre o comercial e o digital. Não é preciso ser especialista em tudo. Quem combina relacionamento com fluência digital sai na frente, e é esse equilíbrio que a formação ajuda você a construir.



4.4 Como é a rotina do gestor comercial

O dia a dia mistura estratégia e relação com pessoas. Entre as atividades mais comuns estão:

- acompanhar indicadores de vendas e analisar o pipeline;

- realizar reuniões com clientes e negociar propostas;
- acompanhar as metas e utilizar o CRM no dia a dia;
- alinhar ações com o Marketing e revisar as previsões de vendas (forecast);
- acompanhar e desenvolver a equipe.



4.5 Como pode ser um dia:

Pela manhã você abre o CRM, revisa o funil e checka quais negócios avançaram. Ao longo do dia, faz reuniões com clientes, envia propostas e negocia condições. No meio da tarde, alinha uma ação com o time de marketing e revisa a previsão de vendas da semana. No fim, olha os indicadores para planejar o dia seguinte. É um trabalho que mistura relação, estratégia e números.



4.6 Quanto se ganha

A remuneração na área comercial tem uma marca própria: além do salário fixo, existe o variável (comissão, bônus e PLR), que pode pesar muito no fim do mês, principalmente nos cargos mais altos.

Nível	Cargo típico	Faixa de remuneração
Operacional	Assistente, Vendedor, Analista	R\$ 2.000 a R\$ 4.000
Especialista	Consultor, Executivo de Contas, KAM	R\$ 6.000 a R\$ 20.000 (OTE)
Gestão	Supervisor, Coordenador, Gerente	R\$ 5.000 a R\$ 16.000
Liderança regional	Gerente Regional / Nacional	R\$ 12.350 a R\$ 25.063
Executivo	Diretor Comercial / Head of Sales	R\$ 25.000 a R\$ 80.000 (total)

Fontes:

SALESHUNTER. *Hard Skills em Vendas B2B*. 2026.

AGENDOR. *Hard e Soft Skills em Vendas*. 2025.

O que acelera a sua evolução: certificações e domínio de análise de dados e IA, inglês para atuar em multinacionais, e a migração da camada operacional para a estratégica (HRBP, people analytics, liderança). Foi por isso que 41% dos gestores toparam pagar mais a quem se qualifica.



4.8 Quanto paga cada trilha

Cada trilha tem uma lógica de remuneração própria. Tecnologia e vendas complexas B2B lideram, por trabalharem com ticket alto e comissão sobre receita recorrente. O varejo de loja física fica na base, com fixo menor e ganho puxado por volume.

Trilha	Faixa (fixo + variável)	Observação
Vendas B2B / SaaS	R\$ 12.000 a R\$ 35.000 (OTE)	Comissão sobre receita recorrente
E-commerce / Canal Digital	R\$ 6.000 a R\$ 30.000+	Aquecido, do analista ao diretor
Business Development	R\$ 8.000 a R\$ 20.000	Abertura de mercados, forte variável
Inside Sales	R\$ 4.000 a R\$ 20.000 (OTE)	Do SDR ao Account Executive
Trade Marketing	R\$ 5.000 a R\$ 14.000	Ponto de venda e relação com o canal
Varejo (loja física)	R\$ 2.000 a R\$ 8.000	Porta de entrada, ganho por volume



4.9 Como funciona a composição da remuneração

O grande diferencial da carreira comercial é que o salário fixo é só uma parte do que você leva para casa. Entender a composição ajuda a dimensionar o potencial da área.

Componente	Como funciona
Salário fixo	A base garantida, paga todo mês. Pesa mais nos cargos operacionais
Comissão	Percentual sobre as vendas (8% a 15% em vendas complexas). O motor do ganho
Bônus por meta	Valor extra ao bater objetivos, com aceleradores para quem supera a meta
PLR	Participação nos lucros, distribuída uma vez por ano conforme o resultado



4.10 Diferenças por segmento

Na área comercial, o setor em que você atua pesa tanto quanto o cargo. Ele muda o ticket médio, o tempo de fechamento de uma venda e a forma como a comissão é calculada. Por isso, o mesmo cargo pode pagar valores bem diferentes de um segmento para outro.

Segmento	Potencial de ganho	Característica
Tecnologia, SaaS e fintech	Muito alto	Comissão sobre receita recorrente, OTE elevado
Serviços financeiros	Muito alto	Bancos e corretoras disputam os melhores talentos
Farmacêutico e saúde	Médio a alto	Fixo bom, comissão regulada e estabilidade
Indústria (B2B)	Médio a alto	Ticket alto, ciclo longo e bônus por meta
Varejo e e-commerce	Médio	Volume grande, com variável forte por performance

O que a comparação mostra: tecnologia e serviços financeiros pagam os maiores pacotes, porque somam ticket alto, receita recorrente e comissão agressiva. O farmacêutico troca parte do variável por estabilidade. A indústria trabalha com ciclos longos e ticket alto. Varejo e e-commerce têm volume grande e ganho puxado por performance. Um executivo de contas pleno em uma empresa de tecnologia pode levar para casa mais que um gerente de um setor tradicional.

Diferenças por região:

Os maiores salários se concentram em São Paulo e nos grandes centros, onde ficam as sedes de tecnologia, indústria e serviços financeiros. Em cidades menores, o fixo costuma ser menor, mas o custo de vida também. O home office no inside sales tem aproximado essas diferenças, permitindo atuar para empresas de qualquer lugar.



4.11 Algumas empresas que você pode trabalhar

Setor	Algumas empresas
Tecnologia, SaaS e fintechs	Totvs, RD Station, Salesforce, HubSpot, Nubank, Stone, iFood
Varejo físico e digital	Magazine Luiza, Renner, Mercado Livre, Shopee, Amazon, Carrefour
Indústria e bens de consumo	Ambev, Nestlé, Unilever, P&G, JBS, Coca-Cola
Serviços financeiros e seguros	Itaú, Bradesco, Santander, BTG, Porto Seguro
Saúde e farmacêutica	Roche, EMS, Sanofi, Pfizer, Abbott



5. Como saber se a carreira em Gestão Comercial combina comigo?

Descubra onde você está nessa travessia

→ Participe do nosso Inventário de Carreira ←



6. Como atravessar a ponte para um futuro com Gestão Comercial ?

O próximo passo para construir essa trajetória

Você não precisa ter todas as respostas para dar o primeiro passo. A dúvida faz parte de quem está começando, e a formação existe justamente para transformar curiosidade em competência. O que você precisa é de um ponto de partida seguro, com quem já ajudou muita gente a atravessar essa mesma ponte.



6.1 A formação da PUCPR

Você chegou até aqui, então já sabe que a área comercial é ampla, procurada e paga bem para quem entrega. A pergunta deixa de ser “será que vale a pena?” e passa a ser “por onde eu começo?”. A resposta é a formação certa.

O curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da PUCPR, na modalidade EAD, foi pensado para preparar você para o mercado de hoje. Você aprende com aplicação prática, projetos ligados a situações de mercado, mentoria acadêmica e profissional e acompanhamento próximo dos professores. Tudo com a flexibilidade do EAD, para estudar no seu ritmo, de onde estiver, sem deixar o trabalho ou a rotina de lado.



6.2 O que você encontra no caminho

Uma formação pensada para o mercado de hoje, com apoio de quem conhece a área e a flexibilidade para caber na sua rotina:

- aplicação prática e projetos ligados a situações de mercado;
- mentoria acadêmica e profissional ao longo do curso;
- acompanhamento próximo dos professores;
- a chance de já atuar na área durante a graduação e ganhar experiência;
- a flexibilidade do EAD para estudar no seu ritmo, de onde estiver.



6.4 Pessoas que já começaram essa travessia



Conheça os Filhos da PUCPR EAD



6.6 Está pronto para atravessar essa ponte?

Conheça a formação superior de Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

Preencha o formulário de interesse no curso

Comece a construir uma carreira que conecta o Brasil ao mundo



**Quero começar minha carreira em
Gestão Comercial**



