

COMERCIALES CON VALOR AÑADIDO

La importancia que las empresas otorgan a las ventas hace que los profesionales del sector sean trabajadores muy apreciados y cada vez más formados



DAVID PÉREZ

La figura del comercial es un perfil que ha recuperado su relevancia en el mercado laboral y se ha ido transformando en los últimos tiempos dando paso a posiciones de alto valor añadido para la mayoría de las compañías. Por este motivo, la empresa de selección de personal Page Personnel ha realizado un barómetro para ahondar en este puesto de trabajo.

A través de un cuestionario remitido a profesionales en activo se han podido extraer varias conclusiones muy interesantes de la evolución que se está llevando a cabo en el área de ventas de las industrias españolas.

Las dos comunidades con mayor cuota de representación son Cataluña y Madrid, ya que el 70 por ciento de las corporaciones se encuentran en estas regiones. Esto se debe al gran porcentaje de sociedades que sitúan sus sedes centrales en ambas autonomías.

Haciendo un análisis detallado se confirma la importancia que representan para el ámbito de ventas los sectores de servicios, gran consumo y de tecnología. Los datos recogidos muestran que estos segmentos han experimentado un profundo cambio y han dirigido sus esfuerzos hacia la internacionalización, de manera que los departamentos de exportación han crecido considerablemente.

La presencia de las mujeres en el área comercial también se ha incrementado en los últimos años hasta lograr casi un 25 por ciento.

Los perfiles más demandados en la actualidad son el de captador de negocio y gestor de grandes cuentas. El primero de ellos suele estar asociado a personas con competencias muy orientadas al resultado, a la consecución de objetivos, así como a la negociación y cierre de ofertas, cualidades que en las conclusiones quedan reflejadas como las más importantes. Las firmas necesitan diversificar su cartera de clientes y no solo confiar su facturación a unos clientes muy determinados, ya que el riesgo que asumirían en este caso es muy alto.

Desde Page Personnel perciben que los departamentos de recursos humanos optan por contratar talento capaz de combinar la captación de negocio con gestión, integrando las dos figuras comerciales en una.

Esta transformación de los profesionales que se demandan actualmente ha generado cierta inestabilidad laboral en el mercado, tal y como reflejan los datos que ponen de manifiesto que el 38 por ciento de los

afectados percibe de manera inestable su ocupación. Asimismo, la persona que desarrolla su carrera en ventas está obligada a alcanzar metas para conservar y mejorar su posición. Es la razón por la que las competencias, la formación y los idiomas son requisitos indispensables que deben aportar para mejorar su estabilidad y crecimiento laboral. Otras cualidades más personales como la empatía siguen siendo indispensables, así como la capacidad de comunicación. Pero estas últimas, sin la agilidad de resolver conflictos, negociar bien y aportar una orientación a resultados, no serían suficientes para desarrollar en sus funciones.

En paralelo, este gremio ha tenido que invertir su tiempo, dinero y esfuerzo en mejorar su formación en idiomas. El inglés se ha convertido en indispensable en prácticamente todas las posiciones.

CUALIFICACIÓN. Esta situación lleva a encontrar trabajadores mejor cualificados que hace unos años y, con ello, una mayor implicación de éstos en sus proyectos. Los empresarios pueden ahora captar candidatos con más cualidades, pero también tienen que disponer de estrategias elaboradas y productos de calidad. La escala de prioridades que un directivo sigue ante un posible cambio de empleo pasa primero por lograr una buena proyección profesional, un gran producto o servicio de valor añadido para comercializar y, además, un nivel salarial atractivo.

El experto en ventas actual se sitúa en un salario bruto medio de 35.000 euros y un variable que supone hasta un 20 por ciento de su nómina fija, aproximadamente 7.000 euros de media anual. Este paquete retributivo ha crecido en los últimos años y se prevé que lo siga haciendo como herramienta de retención del personal. Así, muchas sociedades nacionales invierten actualmente más en formación, habilidades y programas de desarrollo.

El informe muestra que un 70 por ciento de los encuestados expresa satisfacción trabajando en este área y que no cambiarían su rol profesional. Por su parte, el resto optaría por profundizar en conocimientos de *marketing* o bien crear su propio negocio.

Como conclusión, se aprecia que la adaptabilidad y flexibilidad de estos individuos al entorno actual va en aumento, y cada vez son más los que apuestan por iniciativas internacionales: uno de cada dos ha tenido alguna experiencia en otros países y a un 75 por ciento le gustaría tenerla en el futuro.

Los perfiles más demandados son los de captador de negocio y gestor de grandes cuentas