

EMPLEO

LOS AUTÓNOMOS

20%

creció el paro entre los miembros del

Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona (Coacb) en el 2012



Las empresas buscan ahora comerciales internacionales, con idiomas y conocimiento de mercados extranjeros de interés para las empresas españolas

RYAN MCVAY / GETTY IMAGES

NUEVAS TENDENCIAS EN UNO DE LOS PERFILES PROFESIONALES MÁS DEMANDADOS

Los comerciales hacen la maleta

Las empresas recortan sus equipos de vendedores nacionales y potencian la red internacional

Nuria Peláez

En plena crisis de consumo, lo que más necesitan las empresas es vender. Por eso, los puestos comerciales figuran entre los pocos perfiles profesionales que han mantenido una demanda relativamente estable en los últimos años. Aun así, según un estudio del Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona (Coacb), que agrupa a los agentes comerciales colegiados autónomos (en su mayoría agentes multimarca por cuenta propia), el paro en este colectivo creció en el 2012 un 20% respecto al año anterior. La situación es diferente entre los comerciales que trabajan como asalariados para empresas, un perfil que se sigue demandando en el mercado aunque con características diferentes a las de hace unos años.

“El volumen de ofertas de empleo para puestos comerciales durante los primeros meses del 2013 ha sido similar o incluso ligeramente superior al mismo periodo del 2012”, explica Albert Pérez, director de Michael Page en Barcelona. Pérez destaca, sin embargo, que estos perfiles están cambiando: “Las empresas están intentando rentabilizar más a sus comerciales nacionales, ampliando sus zonas de acción y prescindiendo de los que no aportan valor, pero en contrapartida están aumen-

tando su plantilla de comerciales internacionales”.

El sector industrial, especialmente en áreas como la alimentación y bebidas, es el que más perfiles de este tipo busca ante la necesidad de sus empresas de exportar. Las compañías buscan rentabilizar muy rápido a sus nuevas incorporaciones, por lo

valoraba al nuevo comercial al cabo de doce meses, ahora esperan resultados en menos de seis”, destaca Pérez.

El principal requisito a la hora de fichar comerciales internacionales es que conozcan el mercado en el que tienen que vender y el idioma, lo que obliga a buscar perfiles con conocimientos de lenguas poco frecuentes como chino o ruso. “A menudo los profesionales que cumplen estos requisitos no están en búsqueda activa y hay que ir a buscarlos a la competencia”, señala Pérez.

Por eso, a veces, especialmente cuando se trata de mercados emergentes, las empresas acaban recurriendo a profesionales extranjeros que vivan en España y tengan experiencia comercial. “Es más fácil encontrar un comercial nativo ruso, porque hay muchos ciudadanos de este país viviendo en España, que un comercial español que hable bien este idioma”, ejemplifica Josep Ollonarte, director de Randstad Professionals en Barcelona. Ollonarte señala, sin embargo, que para mercados como el asiático encontrar candidatos nativos o españoles con dominio del idioma es aún más complejo, por lo que las firmas de selección recurren a empresas homónimas que puedan seleccionar candidatos en el país de destino.

Según Enric Enrech, presidente del Coacb, “el entorno actual ha propiciado que muchas personas que se han quedado en paro

vean la profesión comercial como una salida laboral, a causa del gran número de ofertas de trabajo que hay, lo que está provocando un aumento del intrusismo profesional en el sector”. De hecho, siete de cada diez colegiados del Coacb dice haber notado en los dos últimos años un incremento sustancial del número de personas procedentes de otros sectores y profesiones. Ante esta situación, el Coacb reivindica la figura del agente comercial colegiado y titulado, “imprescindible para aquellas empresas que quieren contar con buenos equipos comerciales y aumentar su facturación en el mercado nacional y en el internacional”, advierte Enric Enrech, presidente del colegio.

Las empresas, por su parte, solicitan perfiles cada vez más espe-

El apoyo de los colegios profesionales

Entre los miembros del Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona (Coacb), el paro creció un 20% en el 2012. “Hemos visto cómo muchos colegiados se han visto obligados a reinventarse —dice su presidente, Enric Enrech—. El Coacb ha establecido líneas de servicios para ayudarles, entre ellas asesoramiento gratuito en orientación y acompañamiento profesional, donde expertos asesoran en materia jurídica, económica, empresarial, e incluso dan soporte emocional, a aquellos agentes comerciales que están pasando por una situación de dificultad profesional y económica”. Ante este panorama, muchos colegiados están explorando la opción de trabajar en nuevos mercados. El Colegio les ofrece el PIAC (Plan de Internacionalización del Agente Comercial), que incluye desde misiones empresariales subvencionadas, despachos gratuitos en Europa y subvenciones en ferias europeas hasta un proyecto de búsqueda de comerciales en Europa para representar los productos y empresas catalanas. “La figura del típico comercial de maleta ha quedado totalmente obsoleta en la actualidad, y debemos adaptarnos a los cambios”, apunta Enrech.

La dificultad para encontrar candidatos con idiomas hace que a menudo se prefieran candidatos extranjeros

cializados. Según Elena Fernández, directora de selección de Adecco en Catalunya, “quieren vendedores con conocimientos técnicos del producto; así, por ejemplo, la industria química busca ingenieros químicos o licenciados en Química para sus puestos comerciales”.

Ofertas por sectores

[Demandas de comerciales en Catalunya, en el 2012]



Fuente: Comercial-jobs.com, Coacb LA VANGUARDIA

que a la hora de seleccionar comerciales buscan candidatos que conozcan bien el producto y el canal de venta, y que en muchos casos estén dispuestos a cobrar menos que el profesional al que sustituyen si se trata de cubrir una rotación. “La paciencia de las empresas ha disminuido: si antes se