

Solo el 46% de los comerciales considera que las ventas es su profesión definitiva

The Adecco Group lanza "The House of Sales" para hacer frente al déficit de comerciales en nuestro país

Si se pregunta cuántos comerciales y vendedores hay en España no será fácil encontrar una respuesta, quizá la más aproximada es 48.345.223, que es el número de habitantes en nuestro país según el último censo, sin embargo, dedicarse profesionalmente a vender y hacer de ello una carrera profesional es otra historia. La profesión de ventas, lejos de los tópicos, requiere de cualificación, formación especializada, reciclaje continuo y de unas competencias y habilidades muy concretas.

Con motivo del Día del Comercial que se celebra el próximo 1 de octubre, The Adecco Group, líder mundial en la gestión de recursos humanos, y expertos en este perfil deficitario, presenta la iniciativa "The House of Sales".

A través de esta comunidad, el Grupo Adecco quiere contribuir a conseguir el reconocimiento que la profesión merece y hacer frente al déficit de comerciales en nuestro país, creando "The House of Sales" un sitio de, por y para vendedores donde habrá contenido valioso, buenas, regulares y malas prácticas, consejos, opciones de desarrollo, capacitación, tips... un sitio donde los comerciales se sientan en su casa.

Para conocer mejor el perfil de esta profesión, The Adecco Group ha realizado una encuesta a 10.000 profesionales sobre algunos aspectos claves de los comerciales como el reconocimiento profesional, la vocación, las habilidades y los beneficios de ese trabajo.

Poner en valor la profesión de comercial

Preguntando acerca del reconocimiento profesional, solo el 23% de las personas que se dedican a las ventas piensa que la profesión tiene el reconocimiento que se merece (mucho o bastante). Para la gran mayoría de los profesionales encuestados (77%) no es una profesión que goce del prestigio que debería tener, teniendo poco o nada de reconocimiento. Esto se traduce en que un gran número de posiciones vacantes comerciales se quedan sin cubrir. Sorprendente teniendo en cuenta que es una de las profesiones más demandadas del mercado laboral español.

Este primer dato coincide con otro muy llamativo que arroja la encuesta y es que tan solo el 22% de las personas que trabajan en ventas considera que su elección hacia esta profesión fue vocacional. Por vocacional se entiende que ya desde antes de dedicarse a las ventas tenían una fuerte atracción por el mundo comercial, ventas, negociación etc.

El resto de la población encuestada se divide en dos grandes grupos: el 41% que dice dedicarse a las ventas tras probar y descubrir un apasionante mundo y otro de casi el 30% que dice hacerlo por las grandes oportunidades que puede ofrecer el mundo de las ventas en cuanto a desarrollo, carrera y oportunidades.

Por tanto, aun no siendo una opción prioritaria para muchos, tras probar y ver las opciones de desarrollo y posibilidades de futuro es sin duda una profesión cautivadora, algo que refuerza la idea

clara de que el comercial "se hace" no nace.

La importancia de las soft skills

La comercial es además una vía profesional donde la formación y los estudios previos siendo importantes, no son absolutamente críticos. El 60% no tienen estudios universitarios y un 40% sí cuenta con ellos, siendo el grueso de los encuestados personas que han cursado Formación Profesional o similar en todo tipo de disciplinas y ramas. En conjunto, estos profesionales son más adaptativos y su verdadero valor reside en las skills.

En ese sentido si hay un consenso importante, en el tipo de competencias y habilidades imprescindibles para esta profesión. Así, 2 de cada 3 comerciales destacan la capacidad de comunicación y la empatía como las herramientas básicas, con algo menos de consenso les siguen la orientación a objetivos y la planificación, también fundamental en cualquier profesional que quiera tener una carrera exitosa en las ventas.

Después de ver que son las capacidades de comunicación y la empatía las habilidades y competencias más desarrolladas, parece obvio que sirven para estar absolutamente volcados en sus clientes. Casi el 70% de las personas encuestadas asegura que el trato con los clientes es lo mejor de la profesión. Aprender, compartir, brindar soluciones, convertirse en un socio fundamental para los/as clientes es algo que mayoritariamente mueve y motiva cada día a las personas que se dedican a las ventas.

Y, por último, retomando la pregunta del principio, la profesión sigue sin gozar del prestigio de otras, y esto hace que tan solo el 46% de los encuestados considere que las ventas es su profesión definitiva. El resto (54%) piensa que antes o después pasarán a realizar otras profesiones con la consiguiente rotación en esas posiciones claves, y que el esfuerzo en reclutar y formar sea cada vez mayor. Así, el reto para las empresas es fidelizar este talento comercial, tan escaso y valioso.

Si se quiere saber más sobre "The House of Sales", el Grupo Adecco acaba de publicar un estudio donde se aborda de manera holística la profesión comercial desde aspectos como el perfil actual, la historia de las ventas, su futuro, y mitos que rodean la profesión.

Si se quiere conocer más sobre "The House of Sales" visitar la comunidad en LinkedIn: <https://www.linkedin.com/groups/9515032/>

Datos de contacto:

Adecco

LHH

+34914325630

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>