

Para tu reflexión



Por **VICENTE GUTIERREZ***

Mi gozo en un pozo

Como ya saben los lectores que siguen este espacio, además de mi principal actividad como consultor/formador en empresas, participo como profesor en varios cursos universitarios de postgrado, donde intento trasladar, meter, la realidad del mundo empresarial en el aula.

Dentro del área de gestión comercial, imparto los módulos de Planificación de Procesos Comerciales y Negociación. Pues bien, esta semana inicié mi curso a un nuevo grupo, en torno a 90 alumnos, todos ellos recién titulados en: empresariales, derecho, económicas, dirección y administración de empresas, ingeniería, etc. Después de presentarme, les pedí que hicieran lo mismo indicándome su nombre, formación, intereses profesionales y su percepción del área comercial.

¡Como un chorro de agua fría! Mayoritariamente nadie, salvo alguna excepción, quiere saber nada del mundo de las ventas y mantienen una opinión más que desfavorable, yo diría despectiva, de la profesión comercial y sus profesionales. Me recorrió una sensación de fracaso, de impotencia, de no haber avanzado ni un milímetro.

¿Nadie les ha dicho que hagan lo que hagan, terminen donde terminen, tendrán que asumir algún suceso del proceso comercial, e incluso el proceso completo, en

caso de convertirse en autónomos o emprendedores? Pues ya se lo digo yo de manera contundente.

¿Nadie les ha advertido que de entre las competencias más valoradas en los candidatos y colaboradores, destacan aquellas que tienen que ver con la orientación, servicio al cliente y generación de oportunidades? Pues yo lo afirmo taxativamente.

¿Nadie, en tantos años de formación universitaria, les ha explicado que la venta ya no es un acto que encantadores de serpientes sin cualificación alguna ejecutan puerta a puerta, aunque "haberlos, seguro que los hay"? Mírenme a los labios, yo se lo aseguro rotundamente.

¿Nadie les ha mostrado el cambio de ciclo donde el valor del producto sin un cliente dispuesto a comprar vale cero? Reto a cualquiera al debate.

¿Nadie, alto y claro, les ha hecho ver que las empresas no se mantienen por lo que hacen sino por vender lo que hacen? Llamen a un notario y díganme donde lo tengo que firmar.

¿Nadie, por lo visto, se ha parado a enseñarles el perfil de cualificación necesario para desarrollar la función de comercial que excede el conocimiento técnico del producto o servicio, abordando áreas de mercado, de gestión, con una visión global de empresa que

seguramente ni el director general posea? Directo y a la cara, así de claro.

¿Cómo es posible que tratándose del eslabón, sin el cual nada de lo que ven a su alrededor es posible, genere aún una imagen socialmente tan rechazada?

"Estimados alumnos, permítanme que antes de empezar a hablar de gestión comercial, rompa el guión previsto para hoy y lo dediquemos a que comprendan la importancia inexcusable de la función comercial y la de sus profesionales, para el buen futuro de todos, también del suyo".

Mientras las empresas no prestigien a los profesionales de sus departamentos comerciales mediante el reconocimiento contractual y social, las nuevas generaciones seguirán rechazando la profesión responsable, quizá, del hito más crítico de la generación de riqueza, y por tanto, las empresas, como sucede hoy en día, lo tendrán difícil para encontrar comerciales de vocación y sólida formación.

"Si no les he convencido, queridos alumnos, imaginen las consecuencias de una huelga indefinida de todos los comerciales de este país".

Un suponer.

*Vicente Gutierrez
Socio fundador de Grupo Bentas