

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

Solo el 16% de los comerciales considera que las ventas es su profesión definitiva

- Con motivo del Día del Comercial, The Adecco Group, líder mundial en la gestión de recursos humanos, y expertos en este perfil deficitario, presenta la iniciativa **“The House of Sales”**, para contribuir a conseguir el reconocimiento que la profesión merece y hacer frente al déficit de comerciales en nuestro país.
- “The House of Sales” es un sitio de, por y para vendedores donde habrá contenido valioso, buenas, regulares y malas prácticas, consejos, opciones de desarrollo, capacitación, y 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 clave de los comerciales como el reconocimiento profesional, la vocación, las habilidades y los beneficios de este trabajo.
- 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.
- Solo el 22% de las personas que trabajan en ventas considera que su elección hacia esta profesión fue vocacional. El resto se divide en dos grandes grupos: el 41% se dedica a las ventas tras probar y descubrir un apasionante mundo, y el 30% lo hace por las grandes oportunidades que puede ofrecer en cuanto a desarrollo, carrera y oportunidades.
- El 60% de los comerciales encuestados no tienen estudios universitarios, siendo personas que han cursado Formación Profesional o similar en todo tipo de disciplinas y ramas. Respecto a las competencias y habilidades imprescindibles para esta profesión, 2 de cada 3 comerciales destacan la capacidad de comunicación y la empatía como las herramientas básicas, y les siguen la orientación a objetivos y la planificación.
- 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 clientes mueve y motiva cada día a las personas que se dedican a las ventas.

Madrid, 28 de septiembre de 2023.- Si preguntamos 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 entendemos 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 quieres 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 quieres conocer más sobre “The House of Sales” visita la comunidad en LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/groups/9515032/>

SOBRE EL GRUPO ADECCO

The Adecco Group es la consultora líder mundial en el sector de los recursos humanos. Llevamos 40 años en el mercado laboral español realizando una labor social diaria que nos ha situado como uno de los 10 mayores empleadores en nuestro país. Nuestras cifras hablan por nosotros: en el último año hemos empleado a 124.399 personas en nuestro país; de las que 35.144 son menores de 25 años. Hemos contratado a 19.916 personas mayores de 45 años y hemos formado a 69.714 alumnos.

Desde que comenzó nuestra labor hemos realizado en España más de 10 millones de contratos. Invertimos 8 millones de euros anuales en la formación de trabajadores y el 28% de nuestros empleados consigue un contrato indefinido en las empresas cliente. Todo ello gracias a una red de 275 delegaciones en nuestro país y a nuestros más de 2.400 empleados. Para más información visita nuestra página web www.adecco.es



Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Elena Bule/Luis Perdiguero / Patricia Herencias
Dpto. Comunicación Grupo Adecco
Tlf: 91.432.56.30
elena.bule@adecogroup.com
luis.perdiguero@adecogroup.com
patricia.herencias@adecogroup.com

Miriam Sarralde / Ana Maillo
Trescom Comunicación
Tlf: 91.411.58.68
miriam.sarralde@trescom.es
ana.maillo@trescom.es