

VIDA JURÍDICA

Gestión

EL PROBLEMA

¿Quién hace la labor comercial?

Los despachos de abogados necesitan, debido a la contracción del mercado, conseguir nuevos clientes. La duda es quién debe realizar esa tarea

Una de las medidas que últimamente estoy viendo poner en práctica en algunos despachos es la contratación de comerciales. Conozco a los titulares de dichos despachos, y todos coinciden en que la decisión obedece a la dificultad de conseguir nuevos clientes. Cada vez es más esporádico y costoso; si antes ya lo era, ahora todavía lo es muchísimo más. Nosotros somos un despacho pe-

queño de diez profesionales, focalizados en dar servicios de gestión fiscal y laboral a las pymes. No tenemos experiencia en la gestión y contratación de comerciales, pero queremos intentarlo, ya que tenemos que hacer cosas que antes jamás habíamos hecho. Nos resulta difícil cambiar nuestra mentalidad e implicarnos en labores comerciales. No sabemos qué debemos hacer.

LA RESPUESTA

● La mayoría de despachos, quien más, quien menos, ya tiene dimensionada su estructura y equipos a las disminuciones y caídas de facturación. Solo existe una preocupación: ¿cómo recuperar el negocio y la facturación perdida?, teniendo en cuenta además que estamos ante un mercado más reducido y en recesión. A uno al final, nos guste o no, solo le queda romperse la cabeza, buscando vías para tratar de expansionar las ventas en un radio geográfico o ámbito de influencia mayor. Dicho objetivo solo se conseguirá si el despacho toma medidas estratégicas y operativas focalizadas en la expansión y el crecimiento. Una posible medida, que no la única, es montar o disponer de un buen equipo comercial.

Somos conscientes de que son muchos los interrogantes que se le presentan al titular de un despa-

cho cuando debe acometer un proyecto de estas características. A continuación relacionamos algunas de ellas: ¿qué perfil y características debe cumplir un comercial del despacho?, ¿qué tipo de formación y conocimientos debe adquirir?, ¿qué seguimiento y apoyo debe tener por parte del despacho?, ¿qué documentación o material de venta deberá llevar?, ¿qué inversión versus retorno tendrá el despacho?, ¿qué tipo de retribución se deberá establecer?

Podríamos añadir más preguntas, pero no existen fórmulas únicas o estándar, pues disponer de un buen equipo comercial es una de las acciones más apremiantes y difíciles de conseguir para un despacho profesional, y especialmente en estos momentos de contracción del mercado. En todos los casos recomendamos un análisis y una refle-

xión previa, tener profesionales que se dediquen a visitar clientes o potenciales clientes requiere una organización preparada para gestionar el día a día de una actividad comercial, y eso hace que muchos despachos queden descartados de esa posibilidad.

Otro error es pensar en el comercial como un llanero solitario: él solo captará clientes y obrará el milagro del crecimiento y entrada de nuevos clientes. Esa expectativa soñada, desgraciadamente, no se suele cumplir, y menos en estos momentos, pues como hemos comentado en el párrafo anterior solo es factible tener comerciales si el despacho, como organización, también está preparado para gestionar e implicarse en la actividad comercial.

Amado Consultores



Antonio Valdivia (PwC Tax & Legal Services).



Raquel Moreno (Grupo Tax).



Oriol Ripoll (AddVante Economistas & Abogados).

LAS EXPERIENCIAS

● La figura de una persona "comercial" dedicada íntegramente a labores de venta de servicios profesionales tiene difícil encaje en el ámbito de los servicios profesionales, máxime si se trata de servicios especializados. "Apuesto más por desarrollar las capacidades comerciales de los profesionales, ya que ellos deben ser los vendedores de los servicios. La figura del comercial especializado puede tener sentido en el caso de servicios muy estandarizados. Veo más la figura de personas de alto valor comercial en los casos que han acumulado mucha experiencia y que además cuentan con habilidades comerciales.

ANTONIO VALDIVIA
Socio de PwC Tax & Legal Services

● Dentro de Tax han comenzado a desarrollar un plan de acciones comerciales adaptadas a la actual situación. "Hemos potenciado todas aquellas acciones comerciales y de comunicación que nos permiten tener un trato directo y personalizado con nuestros clientes, reales y potenciales. Impartimos conferencias, enviamos correos informativos sobre novedades, colaboramos con asociaciones de empresarios de la zona, impulsamos acuerdos con otros grupos empresariales para aprovechar sinergias".

RAQUEL MORENO
Responsable de marketing de
Grupo Tax Economistas y Abogados

● La figura tradicional del comercial en una empresa de servicios profesionales moderna es de difícil encaje. "Los despachos cada vez están más concienciados con la necesidad de tener en el equipo personas especialistas en marketing, comunicación y comercial. Una figura interesante dentro de estas áreas es la del facilitador comercial, como un perfil que ayuda al profesional a complementar y promocionar iniciativas comerciales. Requiere de tres características: un conocimiento técnico más profundo del servicio, la capacidad de entender el negocio y el sector del cliente, y una visión de la transformación de servicios genéricos a soluciones específicas y orientadas al cliente".

ORIOI RIPOLL
Socio de AddVante Economistas
& Abogados

EL PERIODO DE LACTANCIA NO ES UN DERECHO EXCLUSIVO DE LA MADRE. SINO QUE CORRESPONDE A AMBOS PROGENITORES

● El Juzgado Central de lo Contencioso Administrativo número 11 ha estimado un recurso que presentó un funcionario de policía al que no se le permitió compartir con su esposa, también funcionaria, el periodo de lactancia. La madre solicitó un permiso de cinco semanas y renunció a las tres semanas restantes a favor de su marido. Sin

embargo, la Administración denegó el permiso al padre, interpretando que ese permiso no se puede compartir cuando ambos progenitores trabajen, porque lo tiene que disfrutar o uno u otro. El padre recurrió invocando la Ley de Igualdad (LO 3/2007) y reclamando una interpretación de las normas de acuerdo con la realidad social y

el tiempo en el que han de ser aplicadas, tal como informa el Código Civil.

El juez rechaza el criterio restrictivo de la Administración al interpretar que el derecho "no es exclusivo de la madre, de manera que sea esta la única titular y que puede cederlo, sino que el derecho corresponde como titulares indistintos a ambos progenitores". Recuerda el juez que tanto la Ley de Igualdad como el Estatuto del Empleado Público tienen como fin facilitar la conciliación de la vida familiar y no hay ningún impedimento para que, "comenzado a ser ejercido por uno de los progenitores, no pueda serlo por el otro hasta el cumplimiento del plazo máximo del permiso que no es cedido, sino que es ostentado en concepto de titular", siempre que se lleve a cabo de forma sucesiva y no simultánea. (TOL 3.526.131).

NULIDAD DE UN ERE POR NO ENTREGAR LA DOCUMENTACIÓN EXIGIBLE

● La Sala Cuarta del TS anula un ERE presentado por una empresa de Madrid que afectaba a 28 trabajadores porque la comunicación de la apertura del periodo de consultas debió ir acompañada de una memoria explicativa de las causas del despido colectivo, especificándolas tal como establece el artículo 51 del ET. Dicha memoria debe incluir el número y clasificación profesional de los afectados, los trabajadores empleados

EN PERIODO DE CONSULTAS A LOS TRABAJADORES

en el último año, el periodo previsto para llevar a cabo los despidos y los criterios tenidos en cuenta para designar a los perjudicados. La empresa no proporcionó la información necesaria para abordar con mínimas garantías el periodo de consultas o conocer documentalmente la situación económica real de la empresa sobre la que se justifican los despidos, tal y como establece la legislación, por lo que el ERE es nulo (TOL 3.532.604).

MÁS INFORMACIÓN EN <http://www.tirantonline.com>