

GENTES DE NEGOCIOS

Andrés Arriaga, experto en ventas antes de tiempo

A sus 25 años de edad, Andrés Arriaga, director comercial de una firma fabricante de bolsas y material de envoltorio que factura alrededor de 200 millones de pesetas al año, podría ser el ejemplo viviente de que esos candidatos ideales para las mejores ofertas de trabajo —«Buscamos joven de 20 a 25 años edad, con 4 años de experiencia en...» es el tipo de propuesta a la que nos referimos— no son una entelequia empresarial, sino una variedad de «Homo faber» que aún se cría en España (aunque en número escaso, es verdad). La oportunidad de su vida, después de que otras compañías lo rechazaran precisamente por su juventud, se la dio un empresario coruñés de mente abierta que al parecer juzgó al candidato, entonces con 21 años, por factores menos primarios que el de la reciente fecha de nacimiento que aparecía en el currículum.

J.M.

La corta historia profesional de Andrés Arriaga en el competitivo mundo de las ventas comenzó en sus años de estudiante —vivía entonces en Madrid, a donde había sido destinado el cabeza de familia—, cuando se decidió a encargarse de algunas representaciones para pagarse la carrera de inspector forestal, un sector en el que trabaja su padre y uno de sus hermanos. Al terminar los estudios —ya en Santiago—, Arriaga ganó un puesto en un departamento de la Administración relacionado con su titulación. Pero, por una parte, el trabajo contenía una carga burocrática excesiva para sus gustos, y, por otra, se dio cuenta de que ganaba más con las ventas que seguía haciendo en los ratos libres que con el salario del trabajo recién conseguido.

Entonces comenzó la otra carrera, la de buscar sitio en algún departamento de ventas prometedor. «La juventud, a pesar de lo que se dice, es una traba para las personas que buscan un buen trabajo o quieren emprender un negocio», afirma Andrés Arriaga, recordando su propia experiencia. En efecto, las técnicas que había aprendido durante sus años de trabajo y estudio no parecían importarles mucho a los empleadores, que se fijaban más bien en la edad de 21 años que figuraba en el carné de identidad.

El protagonista de esta historia fue a dar, finalmente, con un empresario más cosmopolita, acostumbrado a tratar con gente de todas las edades desde sus responsabilidades en la patronal gallega que entonces ya presidía. «José Pablo Rodrí-

guez-Mantiñán apostó por mí —dice Arriaga—, y creo que no se ha arrepentido de confiar en una persona joven». El director comercial de La Herculina, la empresa que preside Rodríguez-Mantiñán, se ha hecho cargo en estos últimos años de prácticamente la mitad de la responsabilidad de la marcha del negocio, a partes iguales con el director industrial de la factoría, ya que las otras actividades del todavía presidente de la Confederación de Empresarios de Galicia le han impedido casi en absoluto ejercer labores ejecutivas en la compañía.

«El negocio de las bolsas comerciales de alta calidad está viviendo un momento dulce», afirma el joven director de ventas. Con la creciente especialización del comercio y la preocupación de las empresas por «vender» imagen de prestigio al mismo tiempo que empaquetan sus productos, la actividad de la firma se ha relanzado hasta el punto de que han tenido que apurar el cambio de la maquinaria de impresión y fabricación para atender a la demanda. Pero Arriaga señala otro factor entre los responsables de este crecimiento: la disponibilidad de un equipo de ventas bien motivado y convencido de las cualidades de su oferta. Para Andrés Arriaga, su empresa está alcanzando cuotas de mercado superiores a las de otras compañías de ese sector con mayor potencial a causa, precisamente, de la red de venta. «En empresas de este tipo, la capacidad de fabricación no es el factor fundamental de éxito, sino que hay que contar con representantes capacitados y en número suficiente».

Andrés Arriaga y también su equipo de



El director comercial de La Herculina nació en La Coruña en noviembre de 1965, donde estudió los primeros cursos de Bachillerato, formación que terminaría en Madrid, a donde se trasladó su familia por obligaciones del trabajo de su padre, técnico forestal. Unos años después, Andrés Arriaga se especializaba en Santiago en ese mismo sector para acceder a un puesto en la Administración. Desde 1986 trabaja en la empresa de Rodríguez-Mantiñán. Casado con una profesora, y con una hija de cuatro años, el joven ejecutivo es una persona excepcionalmente «formal» para su edad. «Soy un antiguo —dice—, me gusta abrirle la puerta del coche a mi mujer, y otros detalles de ese tipo que a veces incluso llaman la atención». Los escasos ratos libres que le deja su actividad los dedica a su hija y a una afición que, según dice, le descarga del estrés de las ventas: la equitación, que ejerce de manera reposada, en excursiones por el campo con amigos que comparten esta afición.

● «La juventud es una traba para las personas que buscan un trabajo o que quieren emprender un negocio»

● «El vendedor que no esté convencido de las ventajas de su producto, lo tiene muy difícil»

vendedores han recibido numerosas ofertas de compañías de la competencia. «Buena parte del paro que sufre la población del país podría absorberse con la gran demanda de personal de ventas que existe», señala, para añadir que, lamentablemente, «los aspirantes no suelen estar cualificados ni motivados, por lo que las empresas acaban siempre "tocando" a la gente que ya trabaja en esas funciones». A Arriaga le parece penoso que muchos supuestos aspirantes a un trabajo acudan a las empresas solicitantes simplemente para que les sellen la cartilla del Inem.

Las carencias de formación de los jóvenes en general, y la de los profesionales de la venta en particular, aparecen como una fuerte traba para salvar esos problemas de la falta de empleo. Él mismo acude con frecuencia a cursos y seminarios de especialización en ventas, y, salvo algunas excepciones, el mejor aprendizaje que obtiene en estas actividades se debe al contacto

con los compañeros de profesión con los que se encuentra allí, con los que intercambia conocimientos y técnicas.

El trabajo de ventas es, según este experto sin edad para serlo, una combinación de capacidad de persuasión y convicción de que la propia oferta es la que más conviene al potencial cliente. Andrés Arriaga bromea respecto a la facilidad de palabra que acaban adquiriendo sus colegas de oficio. «Somos capaces de hablar durante diez minutos sin dejar un resquicio para que intervenga el otro interlocutor. En las ventas difíciles, cuando el cliente no está muy convencido, una pausa en tu exposición puede ser el momento que el comprador aproveche para decir "no". Por eso hay que ser capaz de exponer las cualidades de tu oferta hasta hacer que comprenda que con ella mejorará sus propias ventas». Y ya más en serio, añade que «el vendedor que no esté convencido de esto, de que el cliente va a obtener ventajas con lo que vende, lo tiene muy difícil».