

Una titulación sin fronteras: grado en Comercio

En un contexto internacional donde es necesario generar y administrar recursos económicos de forma eficiente, el grado en Comercio cobra gran importancia. Idiomas, nuevas tecnologías y un especial interés por la economía son algunas de las cualidades que deben reunir los estudiantes de esta titulación.

Juan Daniel Núñez

Imagen de las instalaciones donde se imparte el grado en Comercio en la Universidad de Vigo.

EL grado en Comercio tiene como premisa básica la formación de profesionales capacitados para desempeñar tareas propias de un departamento comercial y, también, las del resto de áreas operativas vinculadas a la misma: logística, finanzas, fiscal, etc.



A partir de esa base operativa y funcional y contando con las materias generales de economía y empresa, el alumno puede acceder a una base de conocimientos que le permitan desempeñar responsabilidades funcionales y globales en una organización.

Así, el estudiante que quiera cursar este grado debe ser una persona con muchas ganas de aprender y que quiera desarrollar su carrera profesional en el mundo de los negocios, bien como ejecutivo o bien como empresario. A nivel de actitudes, las universidades buscan alumnos con interés por la dirección y gestión de empresas, en general, y por la actividad comercial en particular.

Además, la importante presencia de asignaturas transversales en el plan de estudios también aconseja que el alumno tenga interés por los idiomas, la informática o la economía, entre otras materias. De hecho, los profesores insisten en la necesidad de manejar los idiomas y las nuevas tecnologías como herramientas básicas para desarrollar esta profesión y hacerse un hueco en un mercado laboral cada vez más competitivo.

Cabe tener en consideración que, con la llegada de los nuevos grados, la carrera ha quedado especializada en tres titulaciones distintas: Comercio, Comercio y Marketing y Comercio Internacional.

José Luis Placer, coordinador del grado en Comercio Internacional en la Universidad de León coincide en que «es conveniente que el estudiante muestre interés por los idiomas modernos. Además, debe tener facilidad

La carrera al desnudo

■ **Área:** Ciencias sociales y jurídicas.

■ **Perfil de ingreso:** los requisitos de acceso al grado en Comercio son los generales previstos en la legislación vigente, es decir, estar en posesión del título de bachiller o equivalente y haber superado las pruebas de acceso a la universidad, o ser titulado universitario o equivalente, o proceder de planes extinguidos o de otros sistemas educativos.

Respecto a los estudiantes que proceden del bachillerato, el acceso se da desde las siguientes modalidades: Científica-Tecnológica, Ciencias de la Salud y Humanidades y Ciencias Sociales. No obstante, el perfil de acceso recomendado es la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, habiendo cursado las materias de Inglés o Francés, Economía y organización de empresas y Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales.

■ **Conocimientos que se adquieren:**

- Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial.
- Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial.

- Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve.
- Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, decisión y control en la relación comercial, teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.
- Desarrollar las capacidades de futuros gestores y directivos comerciales.
- Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.
- Aprender a aprender, por ejemplo saber cómo, cuándo, dónde... nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal).

■ **Centros donde se imparte:** El grado en Comercio puede cursarse en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Valladolid y la Universidad de Vigo. El grado en Comercio y Marketing puede estudiarse en la Universidad de Oviedo. El grado en Comercio Internacional puede cursarse en la Universidad de León.

para la interpretación de datos numéricos, capacidad de análisis y de síntesis aplicable a la información económica, facilidad de comprensión y abstracción, facilidad de expresión, pensamiento creativo, sociabilidad y una amplia visión del mundo y de sus interacciones sociales, políticas y culturales, en el caso del comercio internacional».

La importancia de las prácticas

A diferencia de otros planes de estudio en que las prácticas externas no se ofrecen o se hace sólo con carácter voluntario, el grado en Comercio las incluye en el plan de estudios con carácter obligatorio.

Esto se debe a la aceptación general de que estas prácticas se encaran como un «bautismo» profesional que contribuye a madurar la trayectoria profesional futura, superar inseguridades técnicas y afrontar la transición al mercado de trabajo contando con el bagaje de cierta experiencia profesional. La práctica representa la profesionalización de los estudios realizados.

Otro factor a tener en cuenta en este sentido es la importante proporción de alumnos que permanecen en la empresa tras la finalización de las prácticas. Los últimos estudios realizados en la Universidad de Vigo

muestran que entre el 20 por 100 y el 25 por 100 de los alumnos continúan en la empresa tras la finalización de la práctica, bien sea con una beca o a través de



Los estudiantes de Comercio deben estar interesados en las nuevas tecnologías.

un contrato laboral. «Dicho de otro modo: muchas empresas emplean las prácticas como periodo de prueba y socialización y, en todo caso, los empleadores valoran positivamente su realización por parte de los candidatos», afirma Patricio Sánchez, director de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de la Universidad de Vigo.

Asimismo, hay que entender la utilidad de las prácticas para la adquisición de conocimientos y competencias profesionales. La información de retorno que proporcionan a los docentes las tareas que los alumnos desarrollan, las demandas de competencias que formulan las empresas, etc. En este sentido, las prácticas contribuyen a mejorar la relación entre la universidad y la empresa.

Además, es habitual que las universidades que imparten el grado cuenten con acuerdos con empresas de su entorno. Esto aporta otra ventaja: la posibilidad de ligar estas prácticas a un proyecto concreto de formación que sirva como trabajo de fin de grado. Por otra parte y, teniendo en cuenta la importancia de los idiomas en esta profesión, las universidades fomentan la realización de prácticas en el extranjero y la participación en el programa Erasmus.

El grado en Comercio Internacional aborda la titulación desde la perspectiva de las relaciones internacionales.

Comercio internacional

En la actualidad, el grado en Comercio como tal apenas se imparte en tres facultades en toda España

Cualificación profesional

Los perfiles profesionales que pueden desempeñar los graduados en Comercio son muy variados. De todos ellos, cabría destacar los siguientes.

- Director comercial.
- Director de marketing.
- Director de ventas.
- Director de producto.
- Jefe de áreas de distribución.
- Jefe de sección comercial.
- Jefe de grandes cuentas.
- Jefe de expansión.
- Delegados comerciales.
- Técnicos comerciales.
- Ejecutivos comerciales.
- Ejecutivos de ventas.
- Ejecutivos de grandes cuentas.
- Gestor de cuentas.
- Técnicos de posventas.
- Responsables de merchandising.
- Comerciales en general.
- Agentes comerciales.

(Complutense de Madrid, Valladolid y Vigo). Por su parte, la universidad de Oviedo oferta un grado de Comercio y Marketing. Por último, la Universidad de León es la única en España que dispone del grado en Comercio Internacional, y presume de ser el único grado de una facultad de ciencias económicas y empresariales de España en el que se imparten dos idiomas con carácter obligatorio y durante todos los cursos (4 años de Inglés y 3 años de Francés). La peculiaridad de este grado es que, además de cubrir los contenidos básicos que debe tener un graduado general de una facultad de ciencias económicas y empresariales, aborda la perspectiva internacional que la globalización de los mercados reclama actualmente a las empresas que quieren ser competitivas.

Salidas profesionales

El grado en Comercio capacita para desarrollar funciones comerciales en compañías de muy diversos sectores y en muy distintos puestos, desde directores de marketing o ventas hasta jefes de área de distribución, agentes y ejecutivos comerciales hasta responsables en «merchandising».

Pese a la crisis económica, que exige a docentes y alumnos un esfuerzo y motivación especial, no es ni



PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios (tomando como ejemplo el desarrollado en la Universidad de Vigo) dedica su primer curso a aportar al alumno una formación básica muy similar a la de otros títulos del ámbito empresarial. En los dos primeros cursos se sitúan asignaturas como matemáticas, estadística, economía, introducción al marketing, contabilidad y finanzas, etc. Al inicio del plan se introducen materias como sociología del consumo, informática, muestreo, marketing estratégico, aprovisionamientos y distribución o gestión responsable, inexistentes en otros planes de estudios y que se orientan a reforzar la transversalidad, la orientación del título en comercio, o a reivindicar la formación en valores, también para los gestores empresariales. En segundo se inicia la formación en idiomas, que describirá un continuo hasta la finalización del plan. Tercer y cuarto curso implican un conocimiento avanzado de las materias y mayor diferenciación en los estudios. Además de asignaturas de contabilidad y finanzas, destaca el acento puesto en:

- La profundización en materias de derecho, que acaban completando una oferta notablemente superior a la de otros títulos del ámbito empresarial, con dos asignaturas de derecho mercantil,

otras dos de derecho tributario y también dos materias de derecho laboral.

- Dos materias de sistemas integrados de gestión, fundamental, aunque no exclusivamente, dedicadas a los conocidos como ERPs o sistemas modulares.
- El cierre de las asignaturas de idiomas, de forma que el plan de estudios ofrece tres asignaturas de idiomas, de los cuales los alumnos podrán escoger entre inglés, francés y alemán.
- Tres materias de comercio internacional (marketing internacional, economía internacional y técnicas de comercio exterior), lo que constituye un rasgo propio de este título y que pretenden atender una necesidad ineludible y urgente de la empresa española, en particular de la PYME: la provisión de técnicos en comercio exterior que contribuyan a la internacionalización de nuestras organizaciones.
- Asignaturas más especializadas de marketing o sociología, así como comercio electrónico, investigación operativa, gestión de ayudas públicas o habilidades personales.
- Finalmente, prácticas de empresa gestionadas por el centro.

mucho menos un mal momento para cursar esta titulación. Precisamente en periodos de escasos recursos las empresas necesitan de profesionales cualificados capaces de desarrollar la labor comercial dentro de la empresa.

En el contexto internacional, tan importante en esta profesión, hay que tener en cuenta la globalización de las relaciones económicas y la integración comercial y financiera internacional de las economías nacionales. «En ese marco, las economías más desarrolladas son las más integradas internacionalmente, ya que la importancia que las relaciones económicas y financieras de un país con otros representan sobre el total de su actividad productiva se ha convertido en un indicador de economía avanzada. Por otra parte, la economía española, ante las limitaciones que ofrece el mercado nacional, apuesta por profundizar su proceso de internacionalización en el convencimiento de que el sector exterior de nuestra economía

“En este grado se prepara a los alumnos para el mercado laboral del presente y del futuro, gracias a una demanda que será permanente”

es un potente catalizador de la convergencia real, de la modernización, de la mejora de la competitividad empresarial y del crecimiento económico», afirma José Luis Placer. ✨



Idiomas y TICs son dos herramientas fundamentales para el egresado en Comercio. Imagen: Universidad de Vigo.

PATRICIO SÁNCHEZ, DIRECTOR DE LA EUEE DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO

«Los alumnos deben aplicarse y aprovechar sus oportunidades»

—¿Qué diferencia al grado en Comercio en la Universidad de Vigo?

—Al igual que en otras muchas universidades del mundo en que se imparte el grado en Comercio, a la hora de concebirlo cuidamos que estuviesen presentes los tres soportes fundamentales de un título de empresa: el marketing, la dirección y gestión de empresas y las finanzas. Si bien, las dos características más singulares de estos estudios, que contribuyen notablemente a conformar una oferta formativa original son, por un lado, la importancia otorgada a la transversalidad y, por otro, la orientación de los contenidos a la actividad comercial.

—¿Cómo se estructura el grado?

—Las nuevas metodologías docentes (grupos reducidos, supervisión más



Imagen: Alvix

del grado establece como objetivo la mejora de los indicadores académicos.

—¿Cuáles considera que son las principales salidas profesionales?

—La salida más clara se corresponde con los departamentos comerciales de las empresas. Además, los departamen-

“Las nuevas metodologías auguran mayor éxito académico”

directa del profesor, etc.) y de evaluación, deben permitir un mayor éxito académico, tanto en tasa de aprobados como en tiempo de duración de los estudios. Además, el centro ha constituido una Comisión de Garantía de la Calidad y ha elaborado un Sistema de Garantía Interno de la Calidad que, entre otros muchos aspectos, establece mecanismos de información, prevención y adopción de medidas correctoras con respecto al fracaso escolar. Por último, la memoria

tos de comercio exterior son una salida natural para nuestros titulados, dado que el plan de estudios incorpora asignaturas específicas de comercio exterior, además de materias transversales vinculadas.

Asimismo, en el diseño del título se ha procurado que éste guarde una relación equilibrada entre generalización y especialización, de forma que el plan de estudios incluye materias de contabilidad, finanzas, fiscal, derecho mercantil y laboral, etc. De esta forma se amplía el campo laboral de

nuestros alumnos y los facultades para trabajar en el área de administración en general.

—¿Es un buen momento para estudiar Comercio? ¿Cómo ve el presente y futuro del sector?

—Desde luego, el mercado laboral no atraviesa su mejor momento. Ni la Universidad, ni la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales ni los responsables y docentes de esta titulación tienen capacidad de influencia sobre esta situación, pero creemos que precisamente por ello, cada uno, dentro de su ámbito de responsabilidad, debe hacer lo que esté en su mano para mejorar las perspectivas laborales de los estudiantes: los docentes ajustando sus materias a las demandas del mercado laboral e impartiendo sus clases con la mayor dedicación y calidad. Los estudiantes, aplicándose a su tarea y aprovechando sus oportunidades.

—¿Qué diferencias tiene esta titulación respecto a las antiguas titulaciones o a los grados en Comercio Internacional o Marketing?

—Con respecto a la anterior diplomatura en Ciencias Empresariales, el grado en Comercio gana un año. Esto evita la especialización prematura del alumno que, en la diplomatura, debía elegir una especialidad. Con respecto a otros grados, el nuestro pretende orientar el plan de estudios hacia materias relacionadas con el marketing, pero manteniendo la dedicación por aquellas otras que definen la base de unos estudios de empresa y por las materias transversales. Por tanto, tiene un grado de especialización menor que aquellos.

JOSÉ ANTONIO SALVADOR, DIRECTOR DE LA EUEE DE VALLADOLID

«Es el mejor momento para estudiar el grado en Comercio»

—¿Qué objetivos persigue el grado en Comercio?

—El grado tiene un objetivo claro: formar gestores de empresas especializados en el área comercial de la empresa, es decir, en gestión comercial, logística y marketing, que además hablen idiomas y dominen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) ligadas a la gestión empresarial, en estos momentos es el perfil de profesional que más demandan las empresas en España.

—¿Qué buscan las empresas en los graduados en Comercio?

—Se trata de un grado en cuyo plan de estudios han colaborado empresas e instituciones (Renault, Confederación Valisoletana de Empresarios, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, El Corte Inglés, Carrefour, Leroy Merlín, FECOSVA, AVEDECO), y que, por tanto, está diseñado para formar el tipo de profesional que en estos momentos demandan las empresas. No se requiere un perfil especial, basta con tener ganas de progresar en este mundo y tener ciertas aptitudes hacia los idiomas. Seamos claros, las empresas nos han pedido fundamentalmente dos cosas: que nuestros alumnos sepan comunicarse económicamente en otras lenguas y que dominen las TICs.

—¿Cuáles son las asignaturas más importantes?

—Sin duda, las prácticas en empresa son fundamentales en este grado, motivo

por el cual tenemos desde un principio empresas colaboradoras que nos aseguran que nuestros alumnos harán sus prácticas en las mejores compañías de nuestro entorno. También los idiomas y las relacionadas con las TICs.

—¿Cuáles considera que son las principales salidas profesionales?

—Muy amplias. Nuestros alumnos podrán encontrar empleo en los de-

“Sin idiomas y dominio de las TICs no hay futuro”

partamentos comerciales de las empresas industriales o entidades financieras, donde en poco tiempo, podrán ocupar puestos ejecutivos como director comercial, jefe de ventas, responsable de campañas comerciales, responsable de comercio exterior, director de un sucursal bancaria, responsable de grandes cuentas de una entidad financiera, responsable de comunicación de la empresa o entidad financiera, etcétera. Lo mismo se puede decir de sectores como la distribución comercial, logística, departamentos fi-



nancieros. Además, desde el primer curso fomentamos la iniciativa empresarial entre nuestros alumnos.

—¿Es un buen momento para estudiar Comercio?

—Creo sinceramente que es el mejor momento, porque en este grado se prepara a los alumnos para el mercado laboral del presente y del futuro. Además, las empresas españolas, en estos momentos de crisis, se han dado cuenta de lo importante que es desarrollar una política comercial eficaz y necesitan con urgencia este tipo de profesionales que les ayuden a superar esta situación. Y esta demanda no es momentánea, sino que será permanente porque en el mundo global en el que nos movemos la política comercial y la logística van a ser dos temas capitales para que cualquier empresa pueda sobrevivir.