



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LOS
VENEDORES DE LA EMPRESA ELECTRODOMÉSTICOS
ARCOS S.A**

Autora:

Granda Lema Yaritza Jazmín

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

**Guayaquil, Ecuador
2019**

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios y a mis padres por haber sido un gran apoyo en mi carrera profesional, a mis docentes por brindarme los conocimientos necesarios, a todas las personas que siempre estuvieron a mi lado motivándome a seguir adelante y no rendirme.

Granda Lema Yaritza Jazmín

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ayudarme a no desviarme del camino y poder cumplir todas mis metas, a mis padres por ser el pilar de mi vida, por siempre estar a mi lado apoyándome, y aconsejándome en la toma de mis decisiones.

Agradezco a mi tutor el Ing. Com. Marlo López Perero que me apoyó con sus consejos y conocimiento en la temática investigativa.

Granda Lema Yaritza Jazmín



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de capacitación para los vendedores de la empresa electrodomésticos Arcos S.A”**. Y el problema de investigación : **¿Cómo incide la capacitación de los vendedores en su desempeño en los resultados de las ventas de la empresa de electrodomésticos ARCOS?**, presentado por **Granda Lema Yaritza Jazmín**, como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Yaritza Jazmín Granda Lema

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Yaritzza Jazmín Granda Lema**, en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación. **“Propuesta de un plan de capacitación para los vendedores de la empresa electrodomésticos Arcos S.A”**. de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Yaritzza Jazmín Granda Lema _____

Nombre y Apellidos de la Autora

Firma

No. de cedula: _____

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

“Propuesta de un plan de capacitación para los vendedores de la empresa electrodomésticos Arcos S.A”

Autora: Yaritza Jazmín Granda Lema

Tutor: Ing. Com. Marlo López perero Mba.

RESUMEN

La presente investigación trata sobre la propuesta de elaboración de un plan de capacitación hacia los vendedores de Arcos S.A la empresa actualmente presenta pérdidas de clientes esta situación se está dando por la mala atención de los vendedores hacia ellos por lo que se ha podido notar un gran decrecimiento de las ventas , esta situación es perjudicial para la organización por lo que el jefe ha decidido realizar capacitaciones de atención al cliente y estrategias de ventas que ayuden al crecimiento del capital de la empresa .

Las variables de investigación es el incremento de las ventas y el plan de capacitación de los vendedores, en cuanto al tipo de investigación a utilizar se enfocará en la investigación exploratoria, descriptiva y de campo están ayudaran a la rápida obtención de información sobre la empresa.

En cuanto a los métodos se utilizará un enfoque cuantitativo, cualitativo y las técnicas de recolección a utilizar será la encuesta.

En cuanto a la investigación de implementar un plan de capacitación a la empresa es factible realizarlos porque los empleados no cuentan con los conocimientos necesarios que le permitan desenvolverse bien en el mercado de las ventas.

Palabras claves:

Ventas

Capacitación

Clientes

Satisfacción



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

“Propuesta de un plan de capacitación para los vendedores de la empresa electrodomésticos Arcos S.A”

Autora: Yaritza Jazmín Granda Lema

Tutor: Ing. Com. Marlo López perero Mba.

ABSTRACT

The present investigation deals with the proposal of elaboration of a plan of training towards the sellers of Arcos SA the company currently presents losses of clients this situation is giving by the bad attention of the salesmen towards them reason why it has been possible to notice a great decrease in sales, this situation is detrimental to the organization so the boss has decided to conduct customer service training and sales strategies that help the growth of the company's capital.

The research variables is the increase in sales and the sales training plan, in terms of the type of research to be used, it will focus on exploratory, descriptive and field research that will help in the rapid acquisition of information about the company.

As for the methods, a quantitative, qualitative approach will be used and the collection techniques to be used will be the survey.

Regarding the research to implement a training plan for the company, it is feasible to do so because the employees do not have the necessary knowledge to enable them to perform well in the sales market.

Keywords:

Sales	Training	Customers	Satisfaction
-------	----------	-----------	--------------

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
TEMA:	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto.	3
Formulación del problema	5
Delimitación del problema	5
Evaluación del problema	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivo Específico	6
Justificación de la investigación	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	10
ANTECEDENTE REFERENCIAL	14
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	19

Variables de investigación.....	20
Variable Independiente. Incremento de las ventas.....	20
Variable Dependiente. Plan de capacitación de los vendedores.....	20
CAPÍTULO III.....	22
METODOLOGÍA.....	22
DATOS DE LA EMPRESA.....	22
Diseño de la Investigación.....	28
Tipo de investigación.....	29
Población y Muestra.....	29
Técnicas y Procedimientos.....	30
Métodos de Investigación.....	31
CAPÍTULO IV.....	32
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	32
ENCUESTA A EMPLEADOS.....	32
ENCUESTA A CLIENTES.....	39
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES.....	43
Bibliografía.....	44
Anexos.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados de las ventas durante los tres últimos años.....	28
Tabla 2 Universo.....	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Aumento de las ventas	32
Gráfico 2 Nivel de Conocimiento	33
Gráfico 3 Cargos/Conocimientos.....	33
Gráfico 4 frecuencia de capacitaciones	34
Gráfico 5 Presupuesto.....	34
Gráfico 6 satisfacción del cliente	35
Gráfico 7 Incremento de las ventas.....	36
Gráfico 8 Temas de Capacitación	36
Gráfico 9 Metas de ventas.....	37
Gráfico 10 Acuerdo de horario	37
Gráfico 11 Frecuencia	39
Gráfico 12 Servicio	40
Gráfico 13 Queja por servicio	40
Gráfico 14 Recomendación de servicio.....	41
Gráfico 15 Entrega del producto.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	48
Figura 2.....	48
Figura 3.....	49
Figura 4.....	49
Figura 5.....	50
Figura 6.....	50
Figura 7.....	51
Figura 8.....	51

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Es importante la capacitación constante para los empleados puesto que esto ayuda al personal a mejorar sus habilidades, actitudes y aptitudes, a su vez les ayudan a desaprender e incentivar a experimentar nuevos métodos o herramientas, para lograr tener un mejor desempeño en sus ventas. Las empresas que usan esta estrategia la ven como una inversión mas no como un gasto porque al incrementar las ventas es de beneficio para de la empresa.

El plan de capacitación para los vendedores es muy positivo ya que ayudan a los empleados a desarrollar nuevas destrezas para poder cerrar más ventas de una manera exitosa, la empresa siempre buscara incrementar sus ventas y ganar mayor participación en el mercado para que esto suceda es que invierten en sus vendedores.

La mayoría de las empresas hoy en día se la conoce con el nombre de mercado el mismo que establece sus términos y alcances, las empresas son de propiedades privadas se las conoce como sector privado, aunque las empresas del estado entran dentro del sector público, aunque ambos tipos de empresas tiene que administrarse de forma eficaz.

Los cambios tecnológicos que se han producido en las empresas de electrodomésticos pierden su capacidad de crecer y desarrollarse como empresa, que debe competir con muchas más grandes empresas de electrodomésticos que son: Artefacta, Créditos Económicos, La Ganga, Corsa, Créditos Guamán, entre otros.

Todas las empresas desean tener éxitos en el mundo del mercado, y estar con un paso adelante de sus competencias y tener una mejor estrategia de conocimiento de las fuerzas de las ventas sobre la función que desempeñan. Usualmente las empresas no dedican el tiempo necesario para esto por lo que los vendedores no tienen suficientes conocimientos que les permitan realizar un excelente trabajo sino que se dedica a vender solo lo que le compran y no a incentivar al cliente que tiene que comprar algo más siempre y cuando sea de la mejor manera posible.

Un vendedor es una persona que tiene la habilidad de persuadir al cliente para que adquiera un producto o servicio, pero no solo queda allí, los vendedores están obligados a mantenerse en constante preparación para adquirir mayores destrezas y nuevas experiencias que lo beneficien a tener una venta exitosa, a su vez un vendedor debe transmitir siempre confianza y conocer muy detalladamente acerca del producto y/o servicio que ofrece, ya que en muchas ocasiones se encontrara con clientes que les guste debatir o hacer preguntas de porque debería comprar dicho producto si la competencia vende lo mismo y en ocasiones más barato, entonces un buen vendedor con respeto y con conocimiento defenderá el producto que este estese ofreciendo.

No es dable decir que si las ventas incrementan en una empresa pueden beneficiar a la rentabilidad de la misma, ya que no siempre que las ventas sobrepasen a lo esperado va a generar rentabilidad, esto se debe a que en ocasiones las ventas son mayores debido a ciertas estrategias que desarrollan el departamento de marketing, una de estas estrategias puede ser realizar descuentos ya que va a captar la atención del cliente pero lo que logra esto es ayudar a que un producto que haya estado estancado salga del establecimiento.

Que es un vendedor pues según los autores (De La Parra & Madero, 2003) define al vendedor como es un ser bio-psico-social que requiere de

una constante preparación, también se la describe como una profesión que requiere de mucho trabajo y disciplina.

En el Comercial Arcos se ha notado un constante decrecimiento de las ventas y decrecimiento de cartera de clientes esta situación puede dar á notar que los vendedores no están capacitados para poder cumplir con esta situación por lo que mediante la investigación se propondrá un plan de capacitación.

El gobierno Ecuatoriano incentiva a que los ciudadanos puedan tener una capacitación en varios temas importancia, esto lo hacen mediante la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional esta tiene como misión de incentivar a los profesionales a que con efectividad y responsabilidad puedan fortalecer sus competencias profesionales.

Situación conflicto.

“EMPREDIAL S.A.” fue creada en la ciudad de Guayaquil el 4 de marzo de 2004, como una compañía anónima por el Sr. GARCIA WILLIAMS JOSE LUIS y Srta. SUAREZ RAMON MARIA GABRIELA. Con el fin de brindar un sin número de actividades para contribuir al desarrollo de la provincia.

La compañía Empresarial S.A. conocida por su nombre comercial electrodoméstico ARCOS, la empresa se dedica a la venta por menor electrodoméstico tanto en línea blanca, café, gris y marrón accesorios para el hogar y motos.

Se observa una alta tasa por la limitada capacitación de los vendedores en su desempeño que generan reducidas ventas de la empresa de electrodomésticos ARCOS de la ciudad de Guayaquil durante el año 2018, denotando un reducido desempeño de los colaboradores lo cual lleva a un elevada pérdida de clientes y limitados ingresos para la empresa esto se da debido a las escasas estrategias de capacitación

porque hay un limitado presupuesto para capacitación y desinterés de los directivos en el mejoramiento empresarial.

Conjuntamente las reducidas ventas de productos llevan a una alta deserción de personal e incumplimiento económico con terceros a consecuencia de una inadecuada selección de personal por reducido conocimiento del personal y reducidos niveles de estudio del personal contratado.

Por finalizado los escasos recursos para reinversión produce incremento de precios de los productos e induce alta pérdida de clientes por consecuencia de desconocimiento de políticas nacionales por limitadas gestiones ante organismos pertinentes y reducida difusión gubernamental. Todo esto conlleva a la limitada capacitación de los vendedores en su desempeño genera reducidas ventas de la empresa de electrodomésticos ARCOS de la ciudad de Guayaquil durante el año 2018.

Se lograra una reducción de la tasa mediante la implementación de la capacitación de los vendedores en su desempeño, generando el incremento de ventas de la empresa y mejora el desempeño de los colaboradores a su vez se eliminara la pérdida de clientes que aumentara los ingresos para la empresa.

Con el desarrollo de estrategias de capacitación se proveerá presupuesto para capacitación y a su vez interesar a los directivos en el mejoramiento empresarial, el incremento de las ventas de productos reducirá la deserción de personal porque cumplirán en lo económico con terceros.

Se debe corregir la selección de personal y mejorar el conocimiento del personal para optimizar los niveles de estudio del personal contratado puesto que existen escasos recursos para reinversión y si se reducen los precios de los productos se va a comprimir la pérdida de clientes.

Muchas organizaciones no se dan cuenta que por falta de estos conocimientos están en un decrecimiento constantes por tales motivos no deben descuidar estos temas, es por eso que se propone un plan para capacitar a todos los vendedores de empresa electrodomésticos Arcos S.A, con el fin de incrementar las ventas y clientela y así poder tener más liquidez y rentabilidad que le permitan aumentar su inventario y crecimiento de mercado.

Formulación del problema.

¿Cómo incide la capacitación de los vendedores en su desempeño en los resultados de las ventas de la empresa de electrodomésticos ARCOS?

Delimitación del problema

Campo: Ventas

Área: Ventas de productos de línea blanca, café, gris y marrón

Aspecto: Capacitación del personal de ventas

Contexto: Empredial SA

Cantón: Guayaquil

Periodo: 2019

Evaluación del problema

Delimitado.- La investigación se realiza con el fin de aumentar las ventas y la cartera de clientes mediante capacitaciones a los vendedores del Comercial ARCOS S.A. del Cantón Guayaquil.

Claro.- Es notable que las capacitaciones hacia los vendedores de la empresa son necesarios debido al constante decrecimiento de las ventas y como tal de clientes.

Evidente.- El Comercial ARCOS S.A no ha tenido en cuenta que es necesario se realiza las capacitaciones pertinentes a los vendedores para que haya un crecimiento de su liquidez y rentabilidad.

Concreto.- El problema radica en que en el Comercial Arcos S.A comenzó a disminuir el decrecimiento de las ventas y clientela.

Relevante.- Es importante que el comercial tome medidas correctivas en cuanto a capacitar a los vendedores y poder incrementar sus ingresos.

Original.- El Comercial ARCOS S.A como empresa brinda toda la información necesaria para poder analizar los factores negativos que está permitiendo que haya un decrecimiento intensivo de las ventas y cartera de clientela.

Factible.- Es importante la realización de la propuesta para la realización de capacitaciones en ventas debido a que los trabajadores no cuentan con el suficiente conocimiento que le permitan poder desenvolverse de la mejor manera para el aumento de clientela.

Variables de la investigación

Variable Independiente. Plan de capacitación de los vendedores

Variable Dependiente. Incremento de las ventas

Objetivos

Objetivo General.

Proponer un plan de capacitación sobre ventas a los trabajadores de este departamento de la empresa ARCOS.

Objetivo Específico.

- Analizar las falencias del departamento de ventas de la empresa
- Realizar un FODA del departamento de ventas
- Elaborar plan de capacitación para los vendedores de la empresa electrodoméstico ARCOS.

Justificación de la investigación

Un plan de capacitación para vendedores consta del área mental que es la formación del desarrollo personal como las actitudes mentales positivas que desarrolla en vendedor y la disciplina que le facilitan a comprender al cliente ya que en la actualidad el comportamiento del consumidor es más exigente del siglo anterior denotando que ahora existen muchos medios a su alcance por el cual se mantiene constantemente informado. A demás se retroalimenta los concomitemos con charlas de atención al cliente, presentación, manejo de objeciones, servicio post venta entre otras.

El manejo de objeciones es sumamente importante porque prepara al vendedor a estar preparado ante cualquier situación que se presente con el cliente, es decir si el cliente le evade el tema oponiéndole ideas simplemente para impedir que la venta se lleve a cabo por diversos factores este tratara de persuadirlo para llegar a cerrar la venta de forma exitosa.

Las ventas son indispensables para que toda empresa comercial pueda obtener sus ingresos, para esto la selección y capacitación de los empleados es muy importantes, debido a que estos transmiten la imagen de la empresa mediante su calidad de servicio, si una empresa no posee un personal adecuado para la atención al cliente la cual ayudará a concretar las ventas y por ende el desarrollo y la expansión de la empresa.

El presente proyecto consistirá en analizar mediante una matriz FODA las ventajas y desventajas que presenta el departamento de ventas de la empresa ARCOS SA para posteriormente crear un plan de capacitación para los trabajadores de esta área con lo cual se espera tener un impacto positivo esta empresa logrando incrementar las ventas y mejorando la imagen.

Con el desarrollo del plan de capacitaciones a los vendedores se podrá mejorar el departamento de ventas de todas las sucursales de esta

empresa debido a que el manual detallará los procesos que a seguir para poder desarrollar una venta y concretarla, también se lograra incrementar las ventas y poder ganar una mayor participación en el mercado, se captara más usuarios lo que conlleva a una ampliación de cartera de clientes que es el objetivo de este trabajo de investigación. Los clientes internos son igual de importante que los clientes externos ya que estos son la razón de ser de la misma, es por ello que es momento de empezar a preocuparnos más sobre su desenvolvimiento y estar en constantes capacitaciones para beneficio de ambas partes, un empleado feliz y a gusto con la empresa es un empleado empoderado y será responsable con las actividades que desempeñara.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Se define al marco teórico como medio o instrumento por el cual se realizarán opiniones sobre la investigación, o también denominado investigación de hipótesis, toma de decisiones, estadísticas, variables, entre otras. (PARDILLAS, 2005)

El marco teórico es un proceso reflexivo ante un problema científico donde se organizan los conocimientos que la ciencia ha alcanzado sobre el tema, en conjunción con la posición del investigador. (Castañeda Abascal, 2014)

El marco teorico ayuda que dentro de la investigacion se pueda ampliar la descripcion detallada del problema , su principal fin es que se logre la integracion y relacion de la teoria con la investigacion que se lleve a cabo. (CONTENTO SEGARRA , 2016)

La realizacion del marco teorico tiene dos principales objetivos tales como la revision de documentos, articulos cientificos , entre otras obras literarias que permitan sustentar con hechos la investigacion a realizar y asi poder hacer un analisis entre si , la otra es que es la redaccion que realiza el autor mediante los hallazgos que ha encontrado en la investigacion , sustentandola mediante estas obras de diferente autores.

En la investigacion se utilizaran fuentes tales como articulos cientificos, repositorios de universidades, libros, revistas, sitios web de paginas oficiales , que ayuden a poder realizar con eficiencia la recoleccion de informacion del tema y la correcta toma de deciones que aumente la liquidez y productividad del Comercial ARCOS S.A .

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Actualmente el mundo a nivel Comercial está en constantes cambios hablando a competitivamente esto se debe a que los gustos y preferencias de las personas cambian por lo que hay que tomar medidas que puedan diferenciarse de la competencias tales como mejor atención al cliente, promociones, cambio continuo de mercaderías, diferentes tipos de estrategias que ayuden a la mayor captación de clientes y aumento de ventas.

Las ventas son algo muy importante en toda organización ya que mientras más ventas tengan mayor liquidez tendrá la empresa para poder invertir en más inventario, nuevas sucursales entre otras cosas.

Dentro del Comercial ARCOS S.A el factor ventas y clientes es un problema en estos días debido a que ha habido un decrecimiento de ambas partes esta situación se debe a que no se ha realizado un plan de capacitación para los vendedores y estos no están llegando al consumidor y no están vendiendo la mercadería del almacén por lo que hay un decrecimiento de los ingresos mediante la investigación se pretende realizar un plan de capacitación que permitan que los clientes puedan satisfacer sus necesidades y se vayan satisfechos del local por la buena atención de parte de los subordinados.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

Para (Reinoso, 2015) el plan de ventas es la elaboración de objetivos y las estrategias que se implementaran para poder cumplirlos, esta definición simple es larga de detallar debido a que en el proceso se involucran varios agentes como ventas, vendedor, productos servicios y demás sujetos que participan en un hipotético plan de ventas.

Para poder ejecutar un plan de ventas es necesario que la empresa se encuentre en un amplio desarrollo mercadológico, lo cual se traduce a que la empresa a desarrollar dicho plan debe poseer un personal

adecuado para poder ejecutar el plan, para que este plan funcione, la comunicación entre los diferentes agentes debe ser clara y fluida, para lograr esto se debe reforzar esta actividad con ejercicios regulares.

El talento humano.

El talento humano va más allá de poseer habilidades y destrezas que se adquirieron lo largo de una formación educativa formal e informal la cuales son mostradas por los individuos mediante sus capacidades naturales para comprender y organizarse de acuerdo a las demandas de las funciones que la vida real requiere, ante la situación actual que corre por todas las empresas se requiere movilizar los talentos humanos de acuerdo al perfil que más acoplen con sus características.

El talento de las personas se muestra mediante todas las características o cualidades que posee una persona para desenvolverse en un medio donde es puesta a prueba en donde esta mostrar su saber, querer y poder. El talento humano trata de varios aspectos; tales como conocimiento, experiencia, habilidades, creatividad, liderazgo, aptitudes, motivación, interés vocacional, destrezas. En conclusión, el talento humano es la acumulación de la experiencia en varias competencias la cuales se forman mediante el aprendizaje y puesta en práctica los conocimientos (Prieto, 2013).

Un rol fundamental juega la capacitación y el entrenamiento de este modo se logra un óptimo rendimiento del personal en el desarrollo del trabajo. El éxito de un emprendimiento depende en gran medida de las personas que participan en la organización, para esto se debe tomar en consideración lo siguiente:

- a) Competencias
- b) Descripción de los puestos de trabajo
- c) Número de personas a incorporar
- d) Organigramas funcionales
- e) Programa de incentivos

- f) Remuneraciones
- g) Respeto a lineamientos legales

Formación Profesional.

La UNESCO define la formación profesional a toda las formas y niveles educativos que además de incluir el conocimiento general, también incluyen el estudio de la tecnología y de las ciencias relacionadas, junto con el desenvolvimiento de las habilidades prácticas, competencias, actitudes y comprensiones que se relacionan con las profesiones en los diferentes sectores de trabajo que demanda la vida social.

La Formación Profesional tienen como finalidad preparar a los individuos a mejorar sus cualidades para que puedan hacer frente a las distintas profesiones, todo este proceso se lleva a cabo con la formación profesional inicial, junto con acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores y las orientadas a la formación continua en las empresas (Moreira, 2013).

Sabiendo que a uno se le concede la personalidad jurídica desde el momento del nacimiento "derechos y deberes" y a sabiendas también que se van desarrollando con el paso del tiempo. Nuestra vida se rige por diferentes pasos que hacen de cada individuo lo que sería en un futuro, entiéndase, pasar por las distintas etapas de conocimientos: escuela primaria, secundaria y universitaria. Solo eso no basta, ya que esos conocimientos lo forman una generalidad de la vida y el profesional debe de saber combinar esa generalidad con su formación profesional. Entiéndase, por formación profesional un alto grado de conocimiento que se le inculca a un individuo de la sociedad, dotándolo de un interés particular en su profesión que se va a reflejar en su desempeño diario de la vida.

Capacitación.

La capacitación se define como la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en

el desempeño de una actividad. Se puede señalar, entonces, que el concepto capacitación es mucho más abarcado.

Tipos de capacitación y cuándo son necesarios.

La capacitación puede efectuarse de manera informal o formal. La informal consta de un conjunto de instrucciones que se dan sobre la marcha, por ejemplo: un supervisor indica a un empleado la utilización correcta de los archivos o enseña a una recepcionista cómo llevar el libro de registro de usuarios.

Muchas de las funciones de un supervisor incluyen algún tipo de capacitación. Una retroalimentación constructiva puede mejorar el desempeño de un empleado de una manera más efectiva que la capacitación formal.

El administrador debe decidir el tiempo de duración del curso después de determinar que un trabajador necesita capacitación formal. Los cursos de capacitación formal pueden durar desde un día hasta varios meses, según la complejidad de la tarea que se enseña (Toledo, 2016).

Capacitar para actualizarse trae muchos beneficios.

Los administradores deben tener en cuenta la importancia de la capacitación para la actualización a fin de reforzar las habilidades que tienen los trabajadores y ponerlos al día en los avances de su campo. Además, reunir al personal les permite intercambiar ideas y escuchar sugerencias y ello puede representar una experiencia que fortalezca al equipo. En general, los trabajadores disfrutan cuando reciben capacitación adicional, ya que es una forma de lograr su desarrollo y de motivarlos. Este trabajo se discute si un problema puede resolverse mediante la capacitación o si requiere una solución diferente. También presentará los pasos necesarios para preparar y efectuar un programa formal de capacitación.

Atención al cliente.

El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente (Chang, 2014).

Características de los clientes.

- a) Son las personas más importantes para cualquier organización
- b) Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- c) Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- d) No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- e) Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- f) Merecen el trato más amable y cortés
- g) Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

ANTECEDENTE REFERENCIAL

Para el desarrollo de los antecedentes referenciales se tomaron investigaciones que se asemejaban a la autora con el fin de sustentar la importancia de su proyecto.

Universidad: Estatat De Guayaquil

Autora: Johanna Fabiola Reinoso Freire

Tema: Plan de Ventas de cursos de capacitación y adiestramiento con programación neurolingüística, para mejorar las ventas de la empresa “plan capacitar S.A.”

Año: 2015

Esta investigación tiene como fin poder realizar un plan para capacitar o adiestrar a los vendedores para mejorar sus ventas, la empresa Plan Capacitar S.A. se ha fortalecido a las compañías guayaquileñas.

El problema involucra a la empresa Plan Capacitar S.A., y los grandes almacenes de electrodomésticos de la ciudad de Guayaquil, que han sido escogidos como el objetivo de la propuesta. Para la venta del taller de capacitación con PNL, con un plan de ventas que permita el crecimiento de la organización. Con la base del problema se identifica un conflicto, en este caso no se presenta entre mercados y consumidores, pero sí en la inutilidad de la certificación internacional avalada por la PWC y se demuestra cuando no es utilizada, por no tener una cartera de clientes acorde a las características principales de la certificación internacional. Una vez que se indague a través de técnicas e instrumentos de investigación, para determinar si estas empresas distribuidoras de electrodoméstico adquieren la capacitación con PNL que se detalla en el plan de ventas, entonces se podrá mejorar las condiciones de la empresa. (Reinoso Freire, 2015)

Universidad: Técnica de Ambato

Autora: Encarnación Suárez Fanny María

Tema: “Capacitación al personal y su efecto en el volumen de ventas en la empresa “Móvil Center” en la ciudad de Peli leo.”

Año: 2011

Este trabajo de investigación es importante ya que se ha detectado una disminución en las ventas en la empresa “Móvil Center” en relación a los años anteriores, esta empresa es la pionera en el mercado pelileño y por ende una de las mejores del cantón, por esta razón es indispensable analizar el departamento de ventas para dar soluciones al problema. Según las encuestas a los clientes previo a la investigación hay un 35% de insatisfacción en los clientes, considerando que un factor clave de éxito de una empresa es el Recurso Humano, requiere de una capacitación para integrada e integral del desarrollo personal de los funcionarios y demás colaboradores, para fortalecer su visión crítica, su sentido solidario y de pertenencia; Propiciando la competitividad de la empresa, implica la intervención planificada y participativa en el desarrollo de actitudes, valores, destrezas y conocimientos requeridos para el logro de objetivos de la empresa. Propone Diseñar y aplicar un plan de capacitación al personal para incrementar los niveles de ventas de la empresa. Organizar programas de capacitación para reforzar conocimientos de los empleados. Diseñar un programa de motivación para mejorar la actuación de los empleados. (Encarnación Suárez , 2011)

Universidad: Técnica de Ambato

Autora: Narváez Sánchez Priscila Magdalena

Tema: La Capacitación al Personal y su incidencia en el volumen de ventas en la empresa "AceroCenter", de la ciudad de Ambato.

Año: 2010

La presente investigación se enfoca en la creación de un Plan de Capacitación al personal, con la aplicación de cursos de ventas, para incrementar el volumen de ventas en la empresa “Aceroscenter”, de la ciudad de Ambato, con el objeto de mejorar el servicio al cliente, para de esta manera lograr una fidelidad de los clientes hacia la empresa. Con la creación de un Plan de Capacitación se busca impulsar al trabajador para

que aporte su máxima eficiencia a la empresa. Este plan se verá fortalecido ya que en la empresa se considera al recurso humano como el elemento fundamental para el progreso de la institución. Diseñar un Plan de Capacitación para incrementar el volumen de ventas en la empresa “ACEROCENTER” de la ciudad de Ambato. (Narvaez Sanchez , 2010)

Universidad: ESTATAL DE MILAGRO

Autora: Muirragui Irrazábal Viena Larissa

Córdova Ruiz Nancy Lucrecia

Villafuerte Arroyo Lisbeth Rocío

Tema: Diseño de un plan de capacitación para la microempresa Autobamba Ubicada en el Cantón Milagro provincia del Guayas.

Año: 2013

El presente trabajo de investigación ha sido realizado en la microempresa Autobomba ubicada en el cantón Milagro provincia del Guayas, en el cual mediante observación se pudo detectar la existencia de una serie de falencias en lo que respecta a la falta de efectividad en el óptimo desempeño del personal que labora de la compañía, dichas falencias han sido ocasionadas por la poca capacitación que se brinda al personal, lo cual trae consigo incidencias en la eficiencia y eficacia de las actividades correspondientes a realizar por cada uno del personal que integra esta microempresa. Esta empresa no cuenta con un personal debidamente capacitado lo que genera que el trabajador tenga desconocimiento del trabajo que debe realizar debidamente, desactualización de las reformas tributarias, una mala atención al cliente el mismo que queda insatisfecho también la empresa no cuenta con un organigramas ni con un manual de funciones que indique las actividades que deben ejecutar todo esto conlleva al mal desempeño que los empleados de la microempresa

tienen. Hay que tener claro que la capacitación es indispensable para que un empleado pueda trabajar con eficiencia y eficacia, la capacitación contribuye al óptimo y oportuno desempeño del talento humano, por ello es de vital importancia el diseño oportuno de programas de capacitación que permita hacer correcciones en los conocimientos del trabajador. La metodología utilizada en este estudio hace referencia al empleo y aplicación de herramientas de investigación tales como las encuestas, las cuales fueron realizadas al personal y clientes fijos del negocio, además de ello se aplicó una entrevista dirigida a los propietarios y empleados de la compañía. El propósito de esta propuesta es otorgar mejores alternativas de crecimiento y progreso a la microempresa “Autobomba”, con el objeto de incrementar su nivel de rentabilidad, productividad. (Muirragui Irrazábal, Córdova Ruiz , & Villafuerte Arroyo, 2013)

Universidad: SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Autora: Carrera, Pablo, director

Ríos Rodríguez, Rosmary

Tema: Plan de capacitación (contenidos y estrategias) para mejorar el desempeño laboral del personal de salud de la clínica odontológica integral global dental (Quito) durante el periodo enero – diciembre 2019

Año: 2018

La clínica odontológica integral global dental (Quito), como parte de su compromiso en la mejora incesante de los servicios de salud, se involucra en la capacitación constante del personal de salud, pues sabe que eso redundará en una mejor calidad y una mayor calidez en la atención. Por esa razón la Unidad de Educación, Investigación y Políticas de Salud ha establecido diferentes programas que brindan diversas oportunidades para estudios de diferentes tipos, siempre pensados en tópicos que reflejan la mayor problemática del Instituto.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Todo ciudadano ya sea Ecuatoriano o no tiene derecho a capacitarse e instruirse en algún tema que no sabe, el gobierno como tal apoya esta iniciativa de capacitaciones a los ciudadanos mediante la entidad SECAP este ente promueve la mejora continua de los servicios de perfeccionamiento, capacitación y certificación de personas por competencias laborales, con personal altamente capacitado, dirigido a: cumplir con la normativa vigente a sus procesos y servicios. (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, 1966)

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art. 234.- El estado ecuatoriano ofrece que garantizara una constante capacitación y formación a sus servidores públicos mediante institutos, escuelas, universidades, academias, entre otras que operen bajo ley y acuerdos del Estado. (Art. 234, Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Art. 329.- El gobierno Impulsa la formación y capacitación para mejorar las oportunidades de acceso a un empleo de alta calidad y las propuestas de trabajos autónomos, siempre y cuando el gobierno estará a cargo de velar por los derechos laborales de los subordinados y subordinadas ecuatorianos dentro y fuera del país realizando convenios con otras instituciones y países. (Art. 329, Constitución de la República del Ecuador, 2008)

CÓDIGO DE TRABAJO

Art. 165.- Porcentaje de aprendices en empresas.- En toda empresa sea cualquier tipo de servicio que ofrezca según el estado deberá aceptar a un aprendiz aproximadamente en toda la empresa debe ser un cinco por ciento de todos los trabajadores, si en la organización trabajan al menos veinte obreros se deberá aceptar un aprendiz obligado según las leyes (Art. 165, Código de trabajo, 2012)

Artículo Cuatrocientos cuarenta y uno.- Protección del Estado.- Todos los gremios u organización pueden ser amparadas por el estado siempre y cuando sigan cierto tipo de características, tales como: La capacitación constante profesional, el apoyo mutuo mediante la formación de cooperativas, los demás que mejoren económicamente. (Art. 165, Código de trabajo, 2012)

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES

Artículo once.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo. (CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONS, 2010)

Variables de investigación

Variable Independiente. Incremento de las ventas

El incremento de las ventas es aquel beneficio que toda organización desea tener ya que mediante esta habrá una mayor liquidez y rentabilidad en el negocio lo que le permitirá al gerente invertir en nuevas opciones para beneficio de la empresa.

Variable Dependiente. Plan de capacitación de los vendedores

En toda organización es importante tener en cuenta que hay que mantener una constante capacitación de los subordinados puesto que si ellos están muy preparados, trabajaran con eficiencia y habrá beneficios para la empresa, he aquí la importancia de la misma.

Conceptualización.

Plan: Se define como una meta u objetivo a seguir para mejorar alguna falencia.

Capacitación: Es una actividad que la realizan la mayoría de las organizaciones, siempre con el fin de mejorar como empresa y satisfacer las necesidades de los clientes.

Capacitador: Persona con un alto conocimiento e un tema especifica que se encarga de impartirlo con sus receptores.

Formación personal: Se define como el empeño que ponen las personas para poder superar sus falencias.

Clientes: Personas que tienen una necesidad por algún producto o servicio y se acercan a algunas tiendas o comerciales a satisfacerlas.

Atención al cliente: Es un servicio que ofrecen toda empresa ya sea de servicios o comercial, mediante la interacciona de cliente vendedor de una forma muy amable y precisa.

Vendedor: Es la persona más importante en una empresa comercial ya que es un intermediario entre el dueño del negocio con el cliente porque mantiene una comunicación directa con el cliente, es aquel que cierra la venta del negocio ya sea a corto, mediano y largo plazo.

Ventas: La venta es un trabajo que realiza el vendedor, ofreciendo un bien o servicio a cambio de dinero.

Incremento de las ventas: Es un proceso que toda organización ya sea grande o pequeña desearía tener ya que mediante estas pueden alcanzar de manera óptima un mayor incremento de utilidades.

Decrecimiento de las ventas: Es la disminución de la clientela y de recursos económicos que la empresa tiene.

Desempeño laboral: Es el empeño que una persona pone al trabajar en alguna empresa.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

DATOS DE LA EMPRESA

Almacenes ARCOS. SA está dedicado a la venta de Electrodomésticos, Artículos para el Hogar, Motos, Computadoras, Colchones y Mueblería ubicado en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas.

Misión

Servir al sector económico y la ciudadanía a través de la comercialización de artículos para el hogar de diferentes marcas reconocidas en el mercado, estamos comprometidos a brindarle una buena atención al cliente y satisfacer sus necesidades eficientemente.

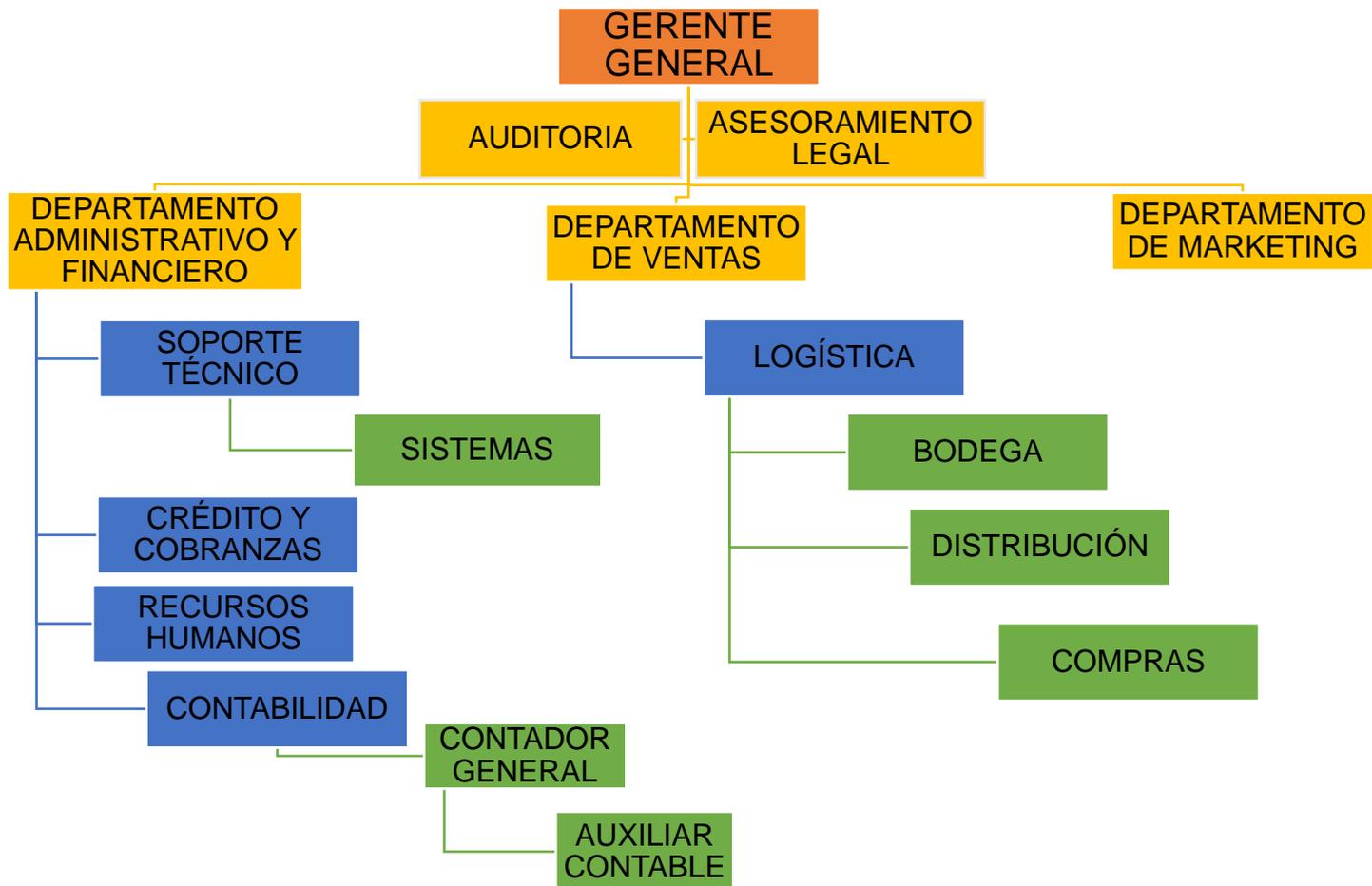
Visión

Ser líder en el mercado con la comercialización de los electrodomésticos y artículos para el hogar y diversos de alta gama para los consumidores, con recursos y responsabilidad, contactando personal altamente capacitado para ejercer sus funciones y con un canal de distribución garantizado.

Clientes, proveedores y competidores más importantes.

Clientes

- Recién casados
- Personas independientes
- Docentes
- Empresarios
- Etc.



Elaborado por: Granda, Y (2019)

Proveedores

- Mabe Ecuador S.A.
- Compañía General de Comercio y Mandato S.A.
- Unicomer del Ecuador S.A.
- Crecoscorp S.A.
- Corporación Jarrín Herrera Cia. Ltda.
- Audiovisión Electrónica Audioelec S.A.
- Electrolux C.A.
- Haceb del Ecuador S.A.

Competidores

- Artefacta
- Comandato
- Almacenes la Ganga
- Créditos Económicos
- Comercial Jaher
- Almacenes Japón
- Baratodo
- Almacenes Credigam

Principales productos o servicios

Productos

- Refrigeradoras
- Tostadoras
- Sanducheras
- Licuadoras
- Televisores
- Lavadoras
- Motos
- Computadoras
- Colchones
- Entre otros

Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

Gerente general

Encargado de llevar el control de los procesos administrativos que se realicen en la organización, direccionando y aportando con estrategias que sirvan de apoyo para la empresa para poder sobresalir en el mercado

Funciones:

- Lleva el control de los procesos administrativos de electrodomésticos ARCOS S.A.
- Realiza planificaciones estratégicas.
- Representante legal de la empresa
- Es quien toma las decisiones de mayor grado.
- Realiza charlas motivadoras al personal
- Realiza las normas a seguir para los empleados

Auditoria

Obtiene y evalúa los registros patrimoniales de la empresa para conocer el estado financiero que se encuentra.

Funciones:

- Verificar la autenticidad de los estados financieros y demás documentos administrativos.
- Analizar con exactitud los registros mostrados por la empresa.
- Corrige erros, fraudes e irregularidades.
- Emite criterio de como del estado situacional de la empresa.

Asesoramiento legal

Esta encargado/a de brindar información jurídica en la empresa, ya sea en reglamentos y normativas

Funciones:

- Asesorar en leyes tributarias
- Resuelve problemas legales como: contratos, convenios y normas empresariales

Departamento Administrativo Y Financiero

Dentro este departamento se encarga de la planificación, desarrollo, control y evaluación de las actividades, funciones administrativas y financieras de la empresa.

Funciones:

- Planifica la ejecución de las necesidades sobre recursos económicos de la organización.
- Desarrolla informes financieros y presupuestarios
- Controla el uso respectivo de los bienes patrimoniales
- Determina y evalúa si es necesario adquirir materiales, bienes y servicios de la empresa.

Soporte técnico

Brindan soluciones rápidas y eficaces a la empresa

Sistemas

Creación de nuevos programas de acceso para facilitar el trabajo a los demás

Crédito y cobranzas

Encargados de verificar los documentos, para disminuir el riesgo de cartera vencida.

Recursos humanos

Esta función comprende las actividades relacionadas con la planificación de la plantilla, selección y formación del personal.

Funciones:

- Planificación de plantilla.
- Descripción de los puestos.
- Definición del perfil profesional.
- Selección del personal.
- Formación del personal.
- Inserción del nuevo personal.
- Tramitación de despidos.

Contabilidad

Ayuda a conocer información de la situación actual de la empresa, elaboran los estados contables para conocer las ganancias obtenidas o pérdidas.

Contador General

Dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de electrodomésticos ARCOS S.A.

Auxiliar Contable

Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.

Departamento de Ventas

Es fundamental para que los ingresos de la empresa se mantengan en un nivel aceptable, el suficiente para mantener a toda la estructura que la forma.

Dentro de este departamento están:

- ✓ **Logística**
 - **Bodega**
 - **Distribución**
 - **Compras**

Funciones:

- Dirigir la fuerza de ventas
- Incrementar las ventas de la empresa
- Obtener materiales acerca del rendimiento con el mismo esfuerzo
- Optimizar actividades
- Corregir problemáticas de planes a ejecutar

Departamento de Marketing

Este departamento es la cara visible de la organización pues se encarga de coordinar y producir todo lo que representan a la empresa, el objetivo principal es captar clientes y crear una imagen general que se posicione fácilmente en la mente del consumidor.

Funciones:

- Gestionar campañas e iniciativas de marketing
- Hacer las debidas publicidades y difusión de información en las redes sociales.
- Llegar a masivas comunidades
- Persuadir la mente del consumidor para que se posicione la marca de electrodomésticos ARCOS S.A.
- Entre otras funciones.

Tabla 1 Resultados de las ventas durante los tres últimos años

<i>Productos</i>	Ventas 2016	Ventas 2017	Ventas 2018
<i>Refrigeradoras</i>	\$ 360.000	\$ 245.000	\$ 190.000
<i>Cocinas</i>	\$ 595.000	\$ 401.000	\$ 305.000
<i>Lavadoras</i>	\$ 498.000	\$ 398.000	\$ 254.000
<i>Motos</i>	\$1.500.000	\$ 1.125000	\$ 1.035.000
<i>Computadoras</i>	\$1.200.000	\$ 1.108.000	\$ 1.003.000
<i>Colchones</i>	\$ 435.000	\$ 540.000	\$ 399.000
<i>TOTAL</i>	\$4.588.000	\$ 3.817.000	\$ 3.186.000

Elaborado por: Granda. Y (2019)

Como se observa en la tabla de resultados de ventas, estas año a año e están disminuyendo, debido a las reducidas capacidades del departamento de ventas.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación será el observacional, mediante la observación de casos, reportes, informes, estudios transversales y artículos científicos de igual similitud al tema de investigación. El diseño analítico también se lo utilizara, mediante el análisis de estudios comparativos para una mayor interpretación.

Tipo de investigación

Investigación Exploratoria.

Este tipo de investigación se basa en el uso de técnicas cualitativas, usa en especial como herramienta las entrevistas a profundidad con la finalidad de obtener datos reales y actuales sobre el problema que se origina en la empresa ARCOS SA

Investigación Descriptiva.

Este método de investigación servirá para realizar la formulación de preguntas a los encuestados, el cual brindara la información sobre los problemas que presentan los trabajadores del departamento de ventas de la empresa arcos

Investigación de Campo

La investigación de Campo es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección como entrevistas y encuestas con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente.

Población y Muestra

Población

Proviene del termino latino populatio. En su uso más habitual, la palabra hacer referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política. Y a la acción y las consecuencias de poblar. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2008)

Tabla 2 Universo

Característica	Cantidad
Gerente General	1
Personal de Auditoría	2
Asesoramiento Legal	2
Departamento de Administración y Finanzas	10
Departamento de Ventas	6
Departamento de Marketing	1
Total	22

Elaborado por: Granda. Y (2019)

Muestra

Es aquella herramienta o técnica que se puede utilizar para determinar el problema porque esta apta para generar datos estadísticos que permitirán identificar las falencias de la investigación. (Tamayo T. Y Tamayo M, 1997)

El tamaño de la muestra es de 6 personas que trabajan en el área de ventas y 50 clientes de electrodomésticos ARCOS S.A.

Técnicas y Procedimientos

Encuestas

Es el método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. (Buendía, 1998)

Entrevista

Son cuestionarios auto administrados para sondear el comportamiento de las personas sus intenciones, sus emociones, sus actitudes y sus programas de comportamiento. (Kerlinger, 1997)

Métodos de Investigación

Enfoque cuantitativo

Se usará este enfoque en el presente trabajo debido a que usaremos herramientas como las encuestas las cuales permitirán obtener una frecuencia de la repetición de las variables, para posteriormente ser representados en gráficos con sus respectivos análisis.

Enfoque Cualitativo

El enfoque de la investigación será el cualitativo debido que queremos conocer las principales causas que hacen que la problemática persista lo que les impide a almacenes ARCOS SA expandirse.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

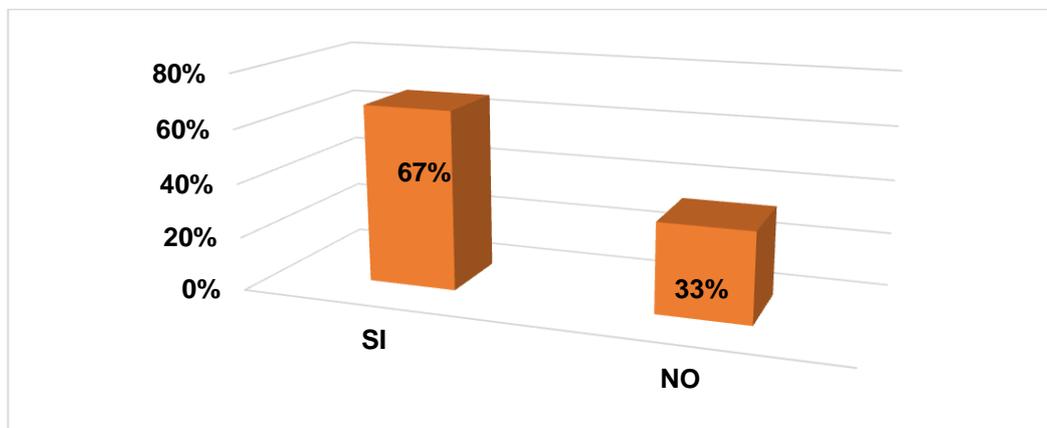
En el siguiente capítulo se darán a notar la recopilación de información mediante encuestas realizadas a los clientes y vendedores de Electrodomésticos Arcos S.A , esta se da con el fin de poder medir la falencias que tiene la empresa y poder hallar solución a las mismas.

ENCUESTA A EMPLEADOS

Objetivo: Identificar cual es la importancia de capacitación al personal de ventas de Arcos S.A

1. ¿Cree usted que mediante capacitaciones aumentaría el nivel de

Gráfico 1 Aumento de las ventas de la empresa Arcos S.A?



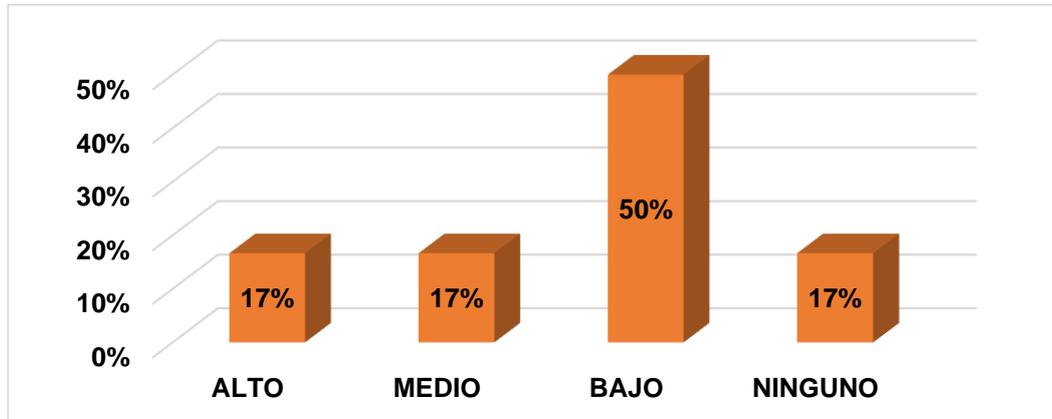
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En su mayoría el personal de ventas indicó en un 67% que si se les capacitasen en temas que no tienen conocimiento aumentarían las ventas y un 33% indicaron que no aumentarían.

2. ¿Qué nivel de conocimiento tiene usted acerca de los productos?

Gráfico 2 Nivel de Conocimiento



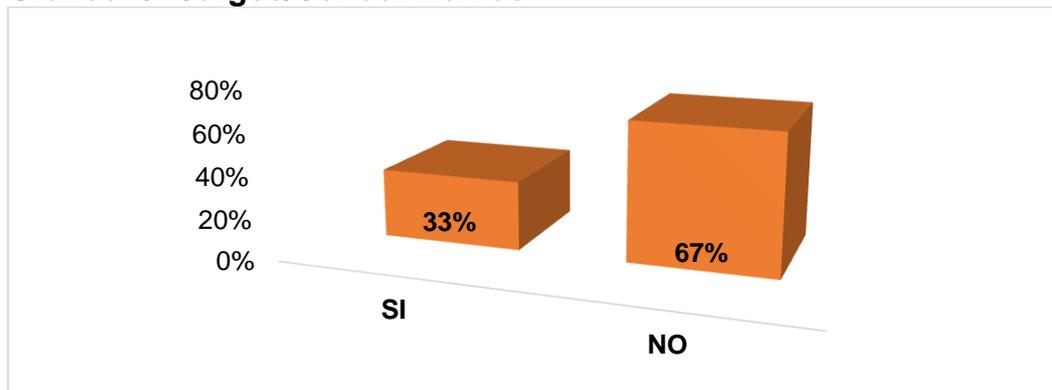
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

El 50% de los empleados indicaron que cuentan con un nivel bajo de conocimientos del producto y el otro 50% está dividido en medio, alto y ninguno por lo que es necesario que la organización se centre en este punto

3. ¿El cargo que tiene en la empresa tiene relación con sus conocimientos y habilidades?

Gráfico 3 Cargos/Conocimientos



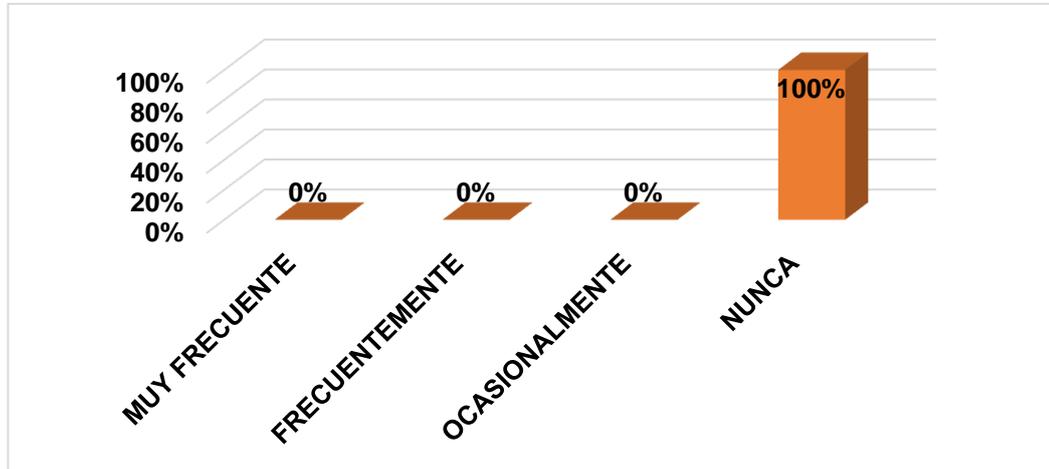
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

La mayoría de subordinados que trabajan en Arcos S.A indican en un 67% no están ubicados correctamente en el lugar de trabajo de acuerdo a sus competencias y habilidades sino a donde haya falta personal y un 33% indican que si están en el lugar correcto de trabajo.

4. ¿Con que frecuencia reciben capacitaciones sobre temas de ventas y atención al cliente?

Gráfico 4 frecuencia de capacitaciones



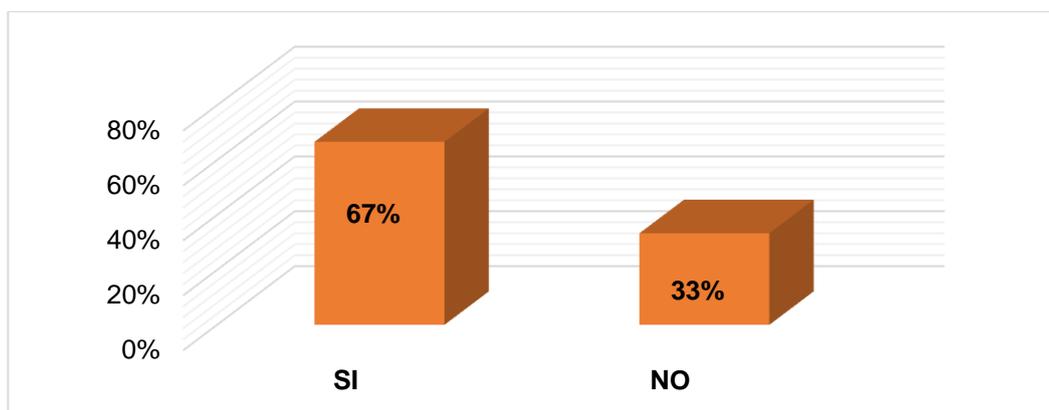
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

El personal de ventas en un 100% indicó que no han recibido nunca capacitaciones de ninguna índole por lo que es necesario que la organización brinde este servicio a sus subordinados.

5. ¿Cree usted que la empresa Arcos S.A cuenta con suficiente

Gráfico 5 Presupuesto presupuesto para capacitar a sus empleados?



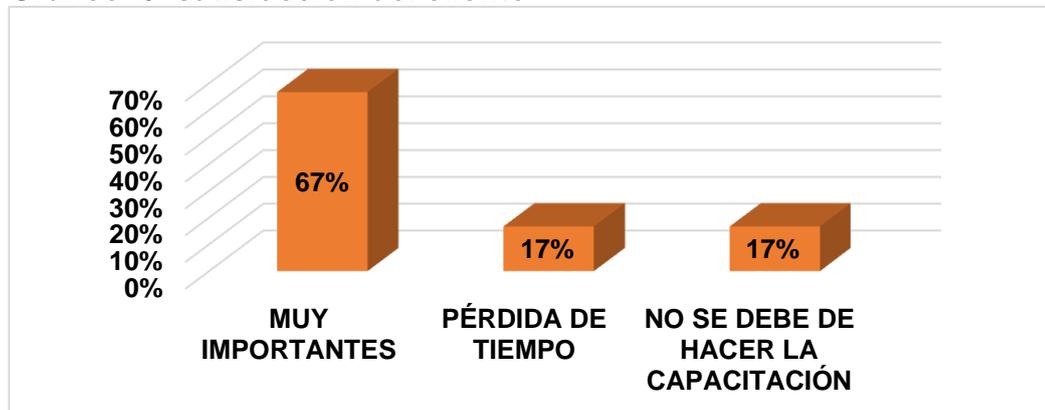
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En un 67% indican que la organización si cuenta con el rubro suficiente para brindar las capacitaciones y otro 33% indican que no le es factible a la empresa realizarlas.

6. ¿Considera usted que para poder satisfacer al cliente en sus necesidades es importante mantener capacitado al personal de ventas?

Gráfico 6 satisfacción del cliente



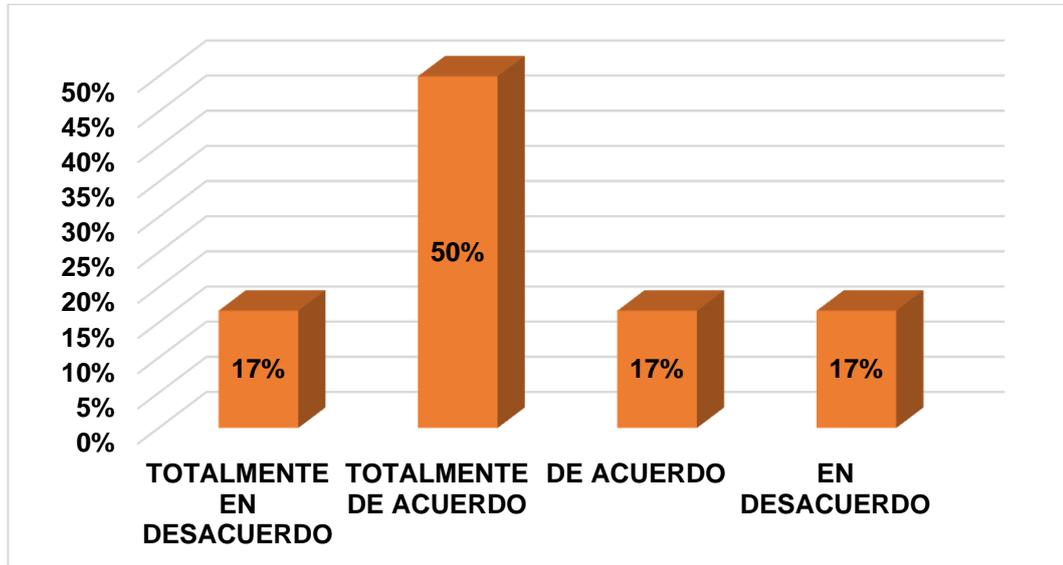
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En su mayoría un 67% de los subordinados indicaron que es muy importantes estar capacitados para poder brindar un buen servicio al cliente.

7. ¿Considera usted que si los vendedores de Arcos S.A se capacitan hubiese un incremento de las ventas de la empresa?

Gráfico 7 Incremento de las ventas



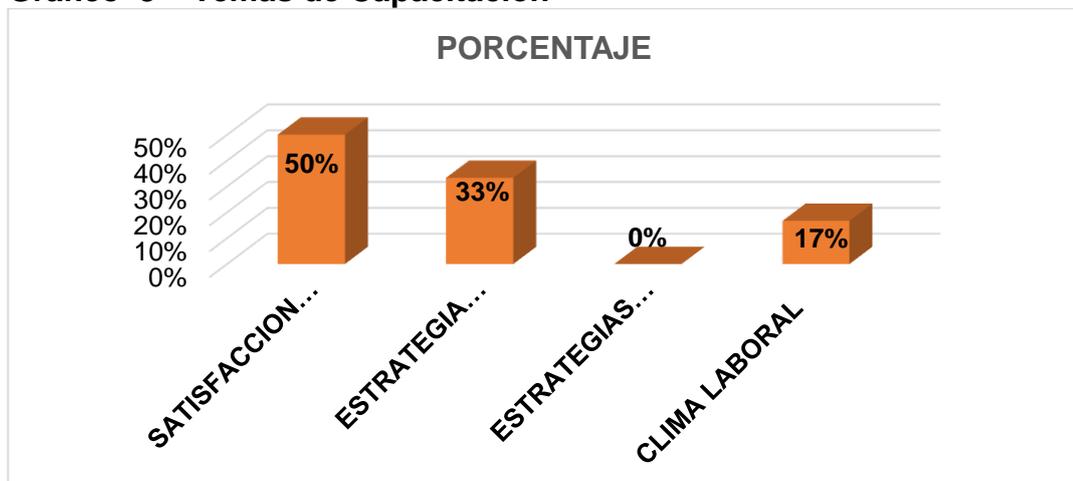
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En su mayoría en un 50% indican que si se les capacitasen el nivel de ventas aumentaría considerablemente.

8. ¿Qué temas le gustaría que le brindasen en las capacitaciones?

Gráfico 8 Temas de Capacitación



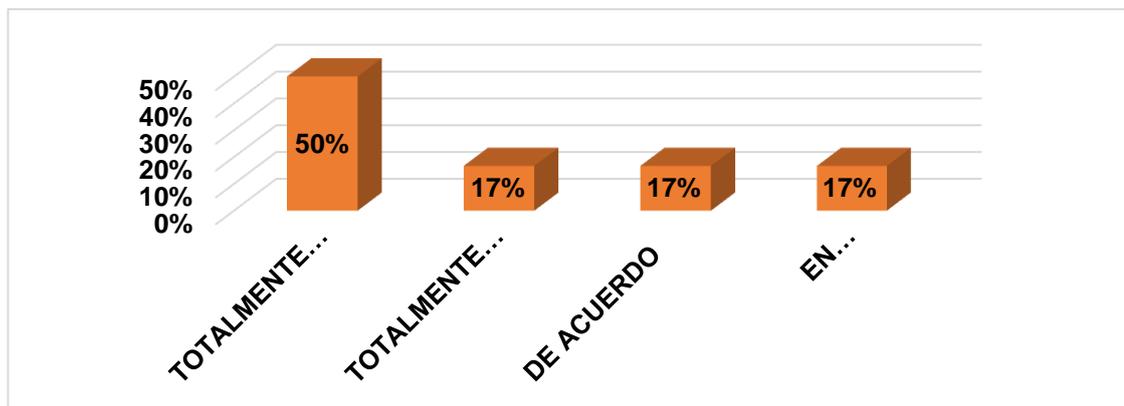
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En su mayoría en un 50% indicaron los subordinados que les gustaría que se les capaciten en temas de satisfacción al cliente y en un 33% en estrategias de ventas.

9. ¿Considera usted que las metas de ventas de Arcos S.A son inalcanzables?

Gráfico 9 Metas de ventas



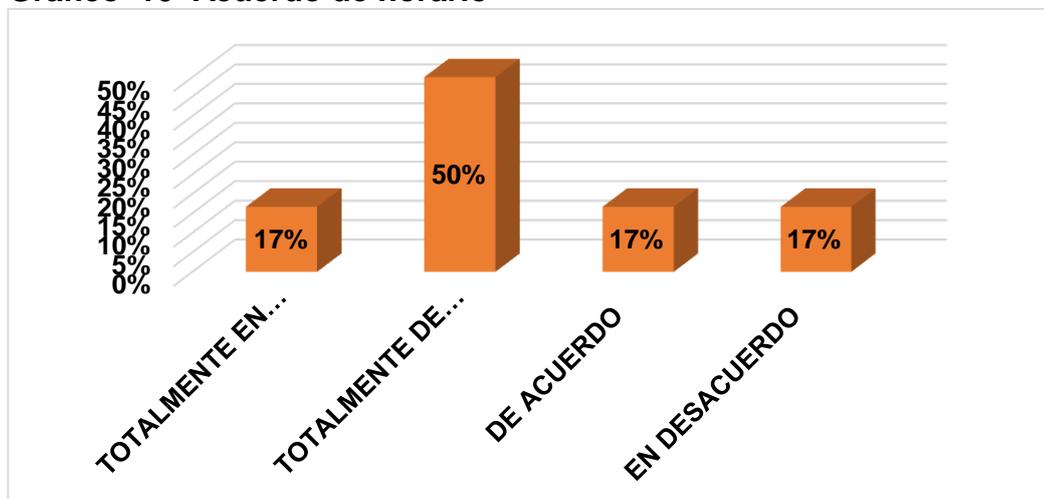
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En un 50% indicaron que las metas de ventas no son totalmente inalcanzables sino que se necesita de perseverancia y capacitación.

10. ¿Estaría usted dispuesto a recibir las capacitaciones a emplear fuera del horario de su trabajo?

Gráfico 10 Acuerdo de horario



Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

El personal de Arcos S.A esta en un 50% totalmente de acuerdo que las capacitaciones sea fuera del horario de trabajo ya que indican que no solo se beneficiaría la empresa sino ellos también como personas, y el otro 50% que se encuentra dividido en totalmente desacuerdo, en acuerdo, en desacuerdo indican que se les haría difícil recibirlas fuera del horario de trabajo.

ENCUESTA A CLIENTES

Objetivo: Recopilar información con el fin de determinar el nivel de satisfacción de los clientes con el servicio que ofrecen los vendedores de Arcos S.A.

1. ¿Con que frecuencia visita a Electrodomésticos Arcos S.A?

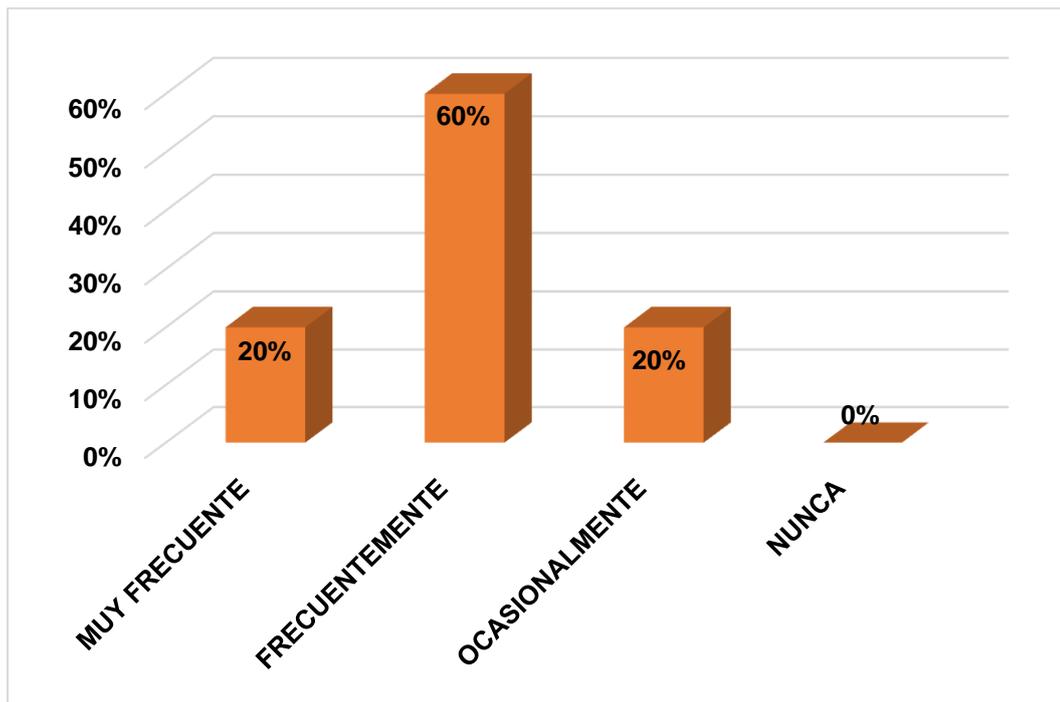


Gráfico 11 Frecuencia

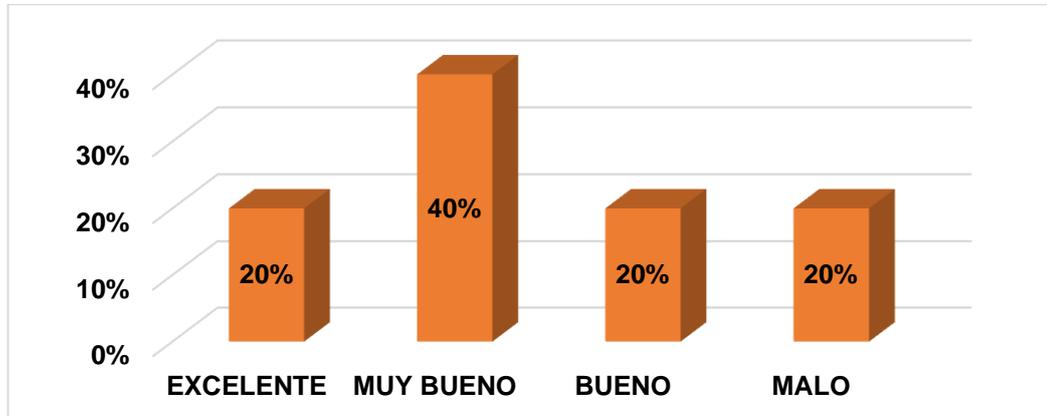
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

Un 60% de los clientes indicaron que visitan frecuentemente al Comercial, un 20% muy frecuentemente y 20% ocasionalmente, se puede dar a notar que Arcos S.A no cuenta con una amplia cartera de clientes esto puede haber sucedido por la insatisfacción del cliente por la mala atención de los vendedores.

2. ¿Cómo califica el servicio de venta de Electrodomésticos Arcos S.A?

Gráfico 12 Servicio



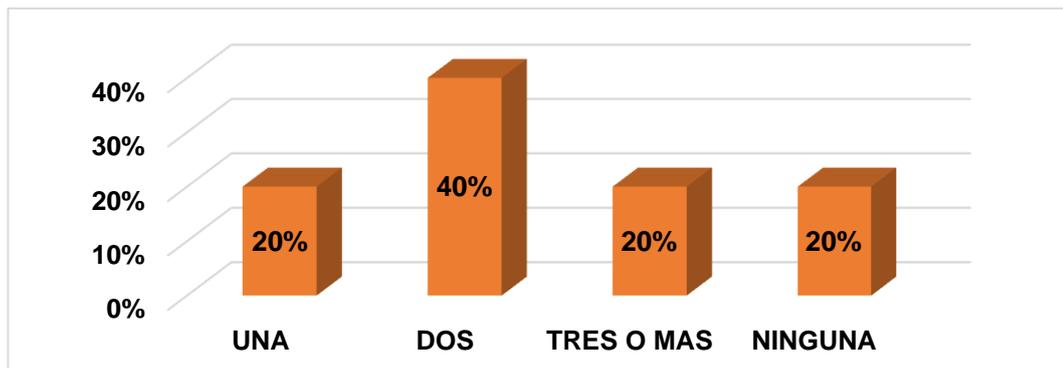
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En su mayoría indicaron que el servicio de la empresa en un 40% es muy bueno aunque no excelente esto se debe a que aún la empresa tiene falencias en la atención del cliente.

3. ¿Tiene alguna queja sobre los electrodomésticos que ha brindado Arcos S.A?

Gráfico 13 Queja por servicio



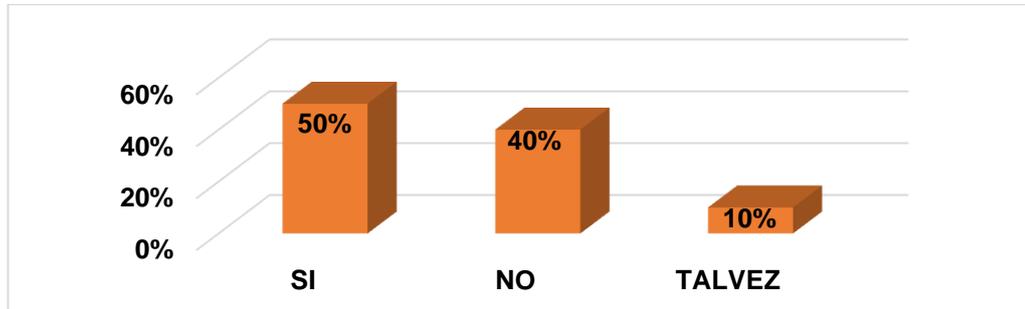
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

Los clientes de Arcos S.A tiene algunas quejas sobre el servicio que ofrece la empresa , indicaron en un 40% que tuvieron dos quejas , 20% Tres o mas quejas, 20% una queja y un 20% no han tenido ninguna.

4. ¿Recomendaría el servicio de Electrodomésticos Arcos S.A a sus conocidos?

Gráfico 14 Recomendación de servicio



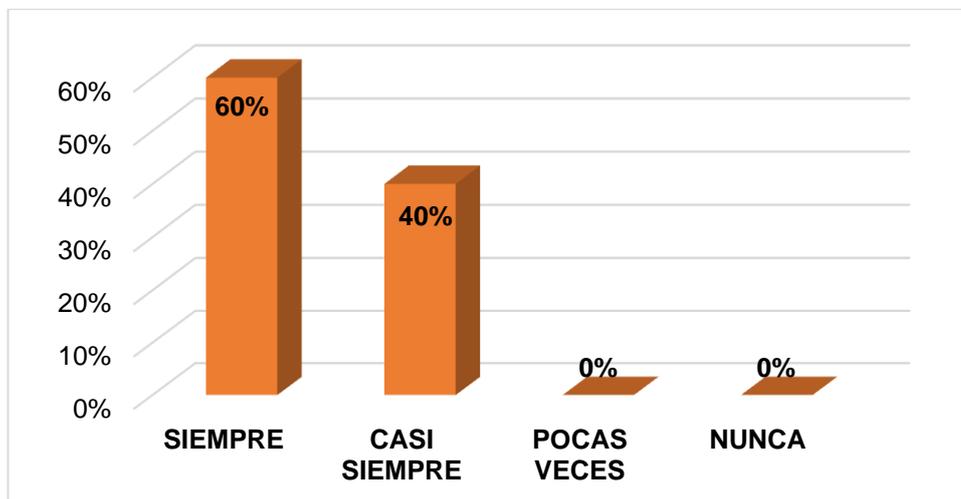
Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

Un 50% de los clientes indican que si lo recomendarían con sus amigos otro 50% que no y tal vez, esto se da por las falencias que anteriormente han ocurrido dentro de la organización por el desconocimiento de los vendedores hacia los clientes.

5. ¿Electrodomésticos Arcos S.A ha cumplido con sus entregas de los productos en el tiempo ofrecido?

Gráfico 15 Entrega del producto



Elaborado por: Granda, Y (2019)

Análisis:

En cuanto a las entregas del producto hacia el cliente en un mayoría en un 60% indicaron que siempre cumplen y un 40% casi siempre.

CONCLUSIONES

Luego de la investigación sobre la propuesta de un plan de capacitación a los vendedores con el único fin de aumentar las ventas de Arcos S.A se detallan a continuación las conclusiones.

- Se fundamentó mediante consulta bibliográfica las variables independientes y dependiente objeto de estudio.
- Se diagnosticó los procedimientos que aplica comercial ARGOS y se cuantifico los resultados de las ventas de los tres últimos años donde se observa una contracción de las mismas.
- Se debe de incentivar tanto al vendedor como al cliente para que la organización tenga más beneficios económicos mediante una capacitación constante.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la organización capacitar a su personal con temas de satisfacción al cliente y estrategias de ventas lo más pronto posible ya que su mayor falencia es la mala atención hacia el cliente y su insatisfacción.
- Se recomienda realizar las capacitaciones en las horas de trabajo para no perjudicar al personal con sus horas de descanso.
- Se debe de realizar un FODA a toda la organización para determinar oportunidades de mercados que puedan ayudar al crecimiento de las ventas de la organización.

Bibliografía

- De La Parra, E., & Madero, ,. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Panorama Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=HGpXazBqgh0C&pg=PA39&dq=estrategias+del+vendedor&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjInfrQ4b7iAhUvzIkKHXU2AHQQ6AEILjAB#v=onepage&q=estrategias%20del%20vendedor&f=false>
- Reinoso Freire, J. (2015). *PLAN DE VENTAS DE CURSOS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO CON PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA, PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA "PLAN CAPACITAR S.A."*. Obtenido de UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8598/1/TESIS%20TERMINADA.pdf>
- Buendía. (1998). *La Encuesta*. Recuperado el 14 de Junio de 2019
- Castañeda Abascal, I. (06 de 2014). El marco teórico en la investigación en salud con enfoque de género. *SCIELO*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662014000200009
- Chang, J. (2014). *"ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS SERVICIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE MALACATÁN SAN MARCOS"*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- CODIGO DE TRABAJO. (26 de 09 de 2012). *CODIGO DE TRABAJO*. Obtenido de CODIGO DE TRABAJO: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Trabajo-PDF.pdf>
- CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONS. (29 de 12 de 2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONS*. Obtenido de CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONS: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (20 de 10 de 2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR:

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

CONTENTO SEGARRA , N. (2016). *EL MARCO TEORICO EN LA INVESTIGACION CIENTIFICA Y SU INCIDENCIA EN LA APLICACION DE LA CONTABILIDAD*. Obtenido de REPOSITORIO DE UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8704/1/ECUAC E-2016-CA-CD00103.pdf>

Encarnación Suárez , F. (2011). *Capacitación al Personal y su efecto en el volumen de ventas en la empresa "Movil Center", en la ciudad de Pelileo*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNICA D EAMBATO: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1393/1/284%20In g.pdf>

Julián Pérez Porto y María Merino. (2008). *Concepto de Población*. Recuperado el 14 de Junio de 2019, de Concepto de Población.

Kerlinger. (1997). *La Entrevista*. Recuperado el 14 de Junio de 2019

Moreira, A. (Febrero de 2013). *NECESIDADES DE CAPACITACIÒN PROFESIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA EXTENSIÒN GUAYAQUIL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO. PROPUESTA DE UN MÒDULO PRÁCTICO*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1666/1/TESIS%20COM PLETA%20ROSA%20AMELIA%20MOREIRA%20ORTEGA.pdf>

Muirragui Irrazábal, V., Córdova Ruiz , N., & Villafuerte Arroyo, L. (2013). *Diseño de un plan de capacitación para la microempresa Autobamba Ubicada en el Cantón Milagro provincia del Guayas*. Obtenido de UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/612>

- Narvaez Sanchez , P. (2010). *La Capacitación al Personal y su incidencia en el volumen de ventas en al empresa "AceroCenter", de la ciudad de Ambato*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1570/1/133%20Ing.pdf>
- PARDILLAS, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. MEXICO: MEXICO PRINTED. Recuperado el 28 de 05 de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=PDqKweTKbhUC&pg=PA77&dq=que+es+marco+teorico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjc2caCyL_iAhVps1kKHVZwB1YQ6AEIOzAF#v=onepage&q=que%20es%20marco%20teorico&f=false
- Prieto, P. (2013). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO COMO ESTRATEGIA PARA RETENCIÓN DEL PERSONAL*. Obtenido de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>
- Reinoso, J. (diciembre de 2015). *PLAN DE VENTAS DE CURSOS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO CON PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA, PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA "PLAN CAPACITAR S.A."*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8598/1/TESIS%20TERMINADA.pdf>
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional. (03 de 10 de 1966). *Misión, Visión, Política de Calidad*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional: <https://www.secap.gob.ec/mision-vision-politica-de-calidad/>
- Tamayo T. Y Tamayo M. (1997). *Qué es la Muestra*. Recuperado el 14 de Junio de 2019
- Toledo, E. (2016). *Administración de personal*. Obtenido de http://www.academia.edu/17026248/Administracion_de_personal

Anexos

Figura 1



Figura 2



Figura 3

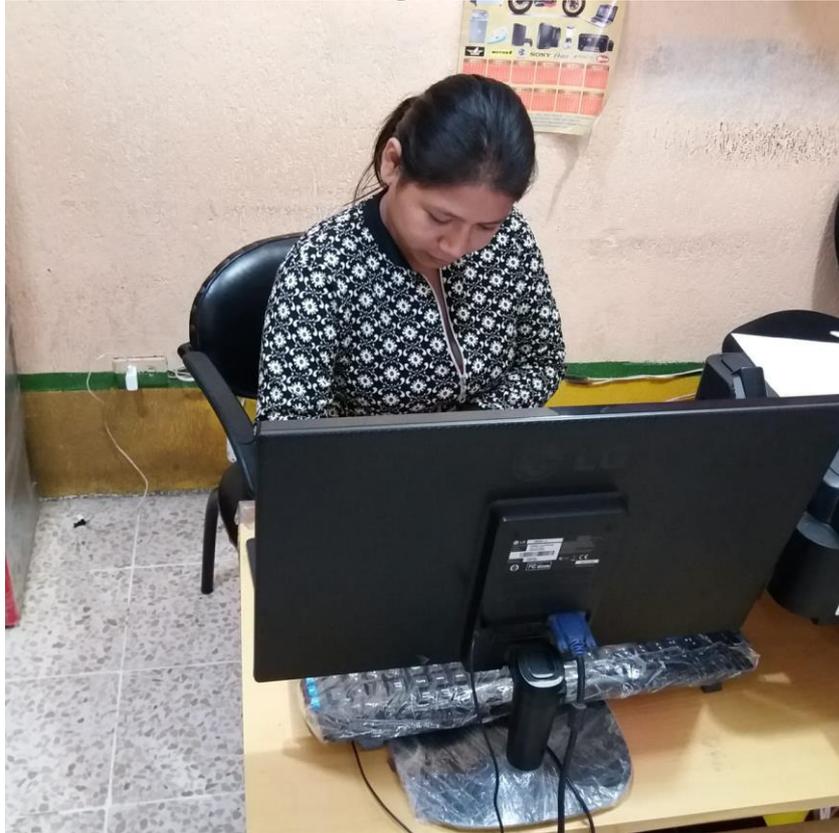


Figura 4



Figura 5

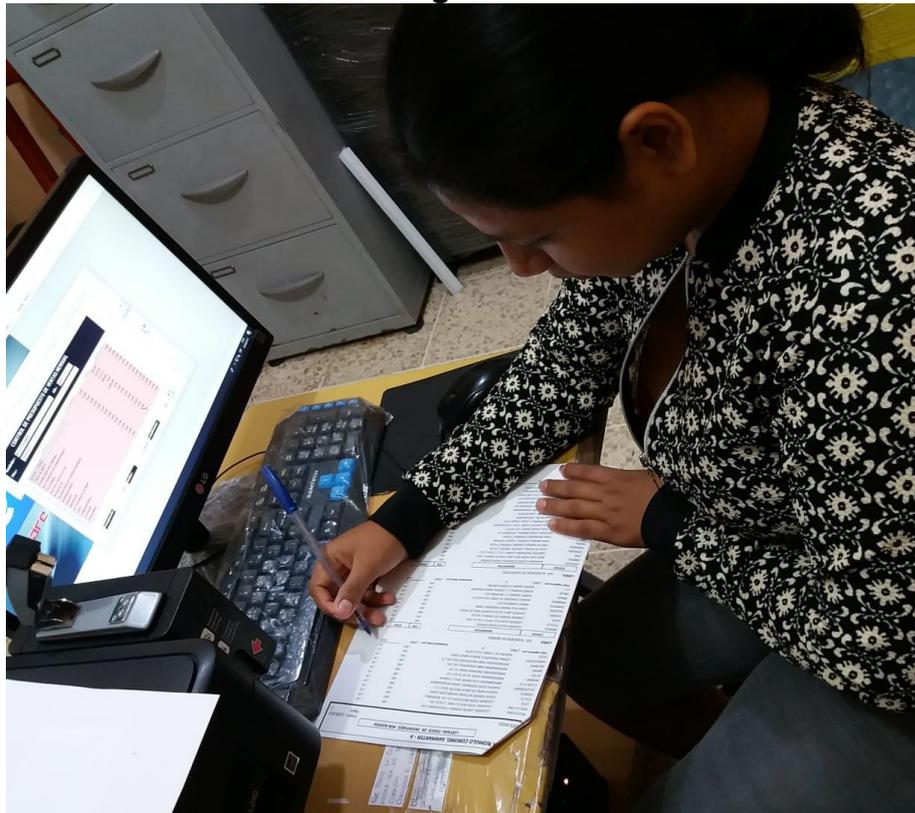


Figura 6

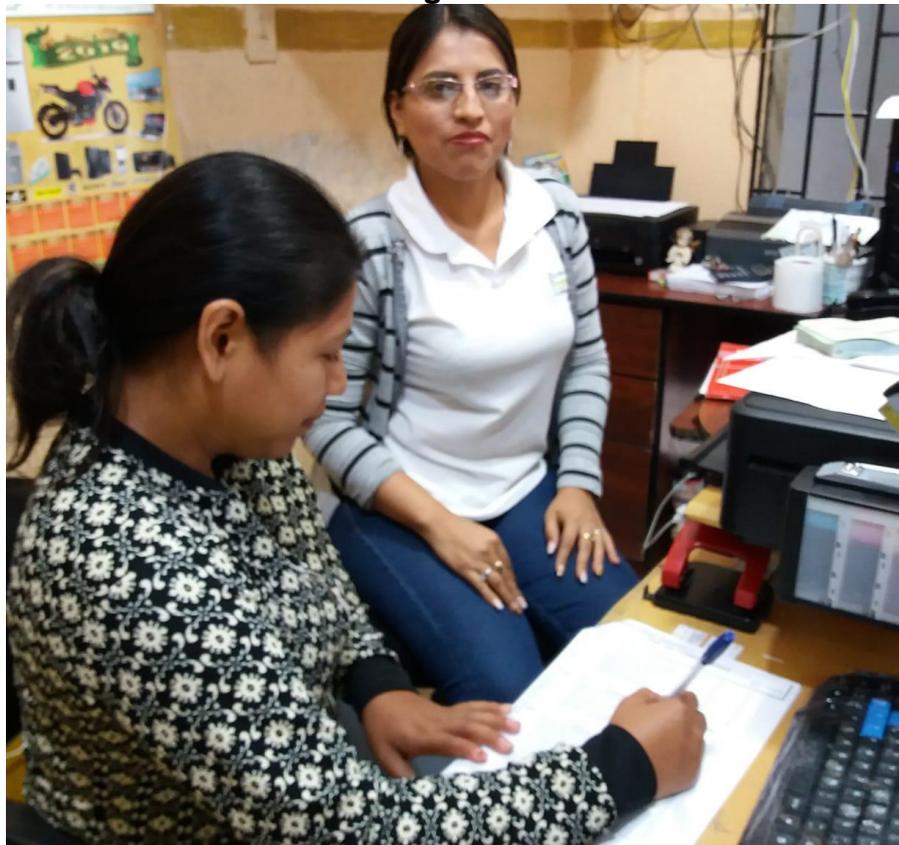


Figura 7



Figura 8





EMPRESA: ARCOS S.A

Objetivo: Identificar cual es la importancia de capacitación al personal de ventas de Arcos S.A

Datos generales

Sexo M F

Edad 18 a 25 26 a 35 35 a 45

Nivel de Educación Superior Bá a M a

1. ¿Cree usted que mediante capacitaciones aumentaría el nivel de las ventas de la empresa Arcos S.A?

Si

No

2. ¿Qué nivel de conocimiento tiene usted acerca de los productos?

Alto

Medio

Bajo

Ninguno

3. ¿El cargo que tiene en la empresa tiene relación con sus conocimientos y habilidades?

Si

No

4. ¿Con que frecuencia reciben capacitaciones sobre temas de ventas y atención al cliente?

Muy frecuente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

5. ¿Cree usted que la empresa Arcos S.A cuenta con suficiente presupuesto para capacitar a sus empleados?

Si

No

6. ¿Considera usted que para poder satisfacer al cliente en sus necesidades es importante mantener capacitado al personal de ventas?

Muy importante

Pérdida de tiempo

No se debe de dar capacitación

7. ¿Considera usted que si los vendedores de Arcos S.A se capacitan hubiese un incremento de las ventas de la empresa?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

8. ¿Qué temas le gustaría que le brindasen en las capacitaciones?

- Satisfacción del cliente
- Estrategias de Ventas.
- Estrategia de Marketing
- Clima laboral

9. ¿Considera usted que las metas de ventas de Arcos S.A son inalcanzables?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

10. ¿Estaría usted dispuesto a recibir las capacitaciones a emplear fuera del horario de su trabajo?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

11. Estaría usted de acuerdo que sus capacitadores sea :

- Personal interno
- Personal externo
- Ambos

EMPRESA: ARCOS S.A

Objetivo: Recopilar información con el fin de determinar si los clientes están satisfechos con el servicio que ofrecen los vendedores de Arcos S.A.

Sexo M F

Edad 18 a 25 26 a 35 35 a 45

Nivel de Educación Básica Media Superior

1. ¿Con que frecuencia visita a Electrodomésticos Arcos S.A?

- Muy frecuente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Nunca

2. ¿Cómo califica el servicio de venta de Electrodomésticos Arcos S.A?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Malo

3. ¿Tiene alguna queja sobre los electrodomésticos que ha brindado Arcos S.A?

Una

Dos

Tres o más

Ninguna

4. ¿Recomendaría el servicio de Electrodomésticos Arcos S.A a sus conocidos?

Si

No

Talvez

5. ¿Electrodomésticos Arcos S.A ha cumplido con sus entregas de los productos en el tiempo ofrecido?

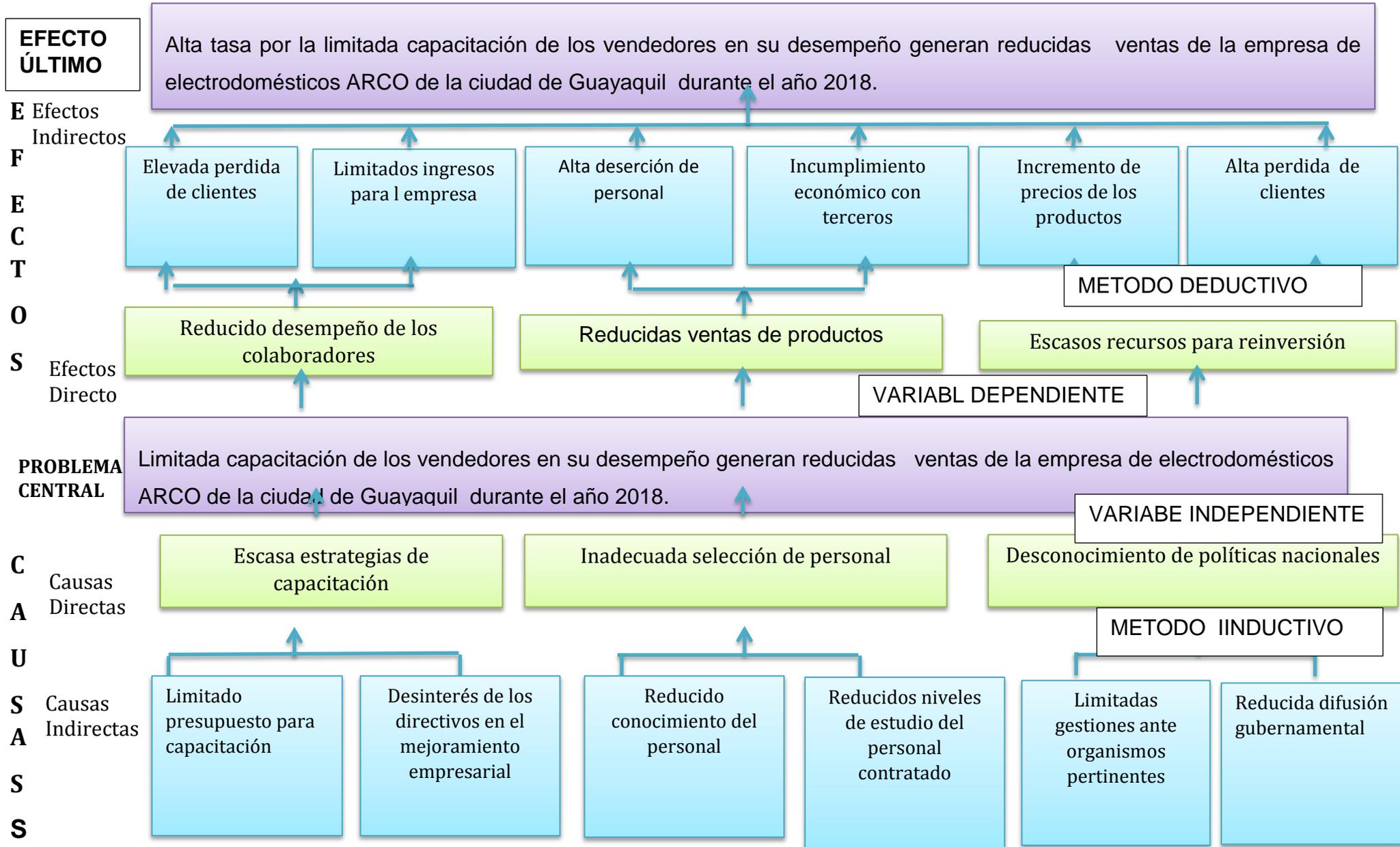
Siempre

Casi siempre

Pocas veces

Nunca

ÁRBOL DE PROBLEMAS (-)



ÁRBOL DE OBJETIVOS (+)

