



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Tema

**PLAN DE CAPACITACIÓN EN TÉCNICAS DE VENTAS AL PERSONAL  
DE COMERCIALIZACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE MEDICINA  
VETERINARIA “DISFARVETS”, EN EL CANTÓN GUAYAQUIL**

Autora

**Ronquillo Bazurto Mayra Celeste**

Tutor:

**PhD Simón Alberto Ilescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2021**



# **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

### **Proyecto de investigación previo a la obtención del título de: TECNÓLOGA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**TEMA:** Plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria “DISFARVETS”, en el cantón Guayaquil

### **Resumen**

La motivación principal de realizar este trabajo, es para solucionar el inadecuado proceso de venta que maneja la distribuidora DISFARVETS en la actualidad, la cual ha generado una disminución en ventas de su producto, y se estructuró un plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización para el incremento de volumen de ventas de la distribuidora de medicinas veterinaria de la ciudad de Guayaquil y realizaremos capacitación al personal de comercialización volumen de ventas y se aplicó el método consultivo que nos permitió crear un relación más cercana y profunda, en lugar de vender un producto o servicio ofrecemos solución no productos que involucra muchos aspectos de la comunicación el simple hablar o escuchar ya que permitió obtener y elaborar datos con rapidez y eficacia dirigido al personal de comercialización que propicie el incremento del volumen de las ventas de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS.

Eficacia

Estructurar

Capacitación

Solución



# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**TEMA:** Plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria “DISFARVETS”, en el cantón Guayaquil.

**Autora Ronquillo Bazarro Mayra Celeste**

**Tutor: PhD Simón Alberto Ilescas Prieto**

### Abstract

The main motivation for carrying out this work is to solve the inadequate sales process currently being handled by the DISFARVETS distributor, which has generated a decrease in sales of its product, and a training plan in sales techniques for personnel was structured. for the increase in sales volume of the veterinary medicine distributor of the city of Guayaquil and we will train the sales volume marketing staff and the consultative method was applied that allowed us to create a closer and deeper relationship, instead of sell a product or service we offer a non-product solution that involves many aspects of communication, simply speaking or listening, since it allowed to obtain and elaborate data quickly and efficiently directed to the marketing staff that favors the increase in the volume of sales of the distributor of DISFARVETS veterinary medicine.

Effectiveness ----- structure ----- Training-----Solution

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de autorización .....	v
Certificación de aceptación del cegciest .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
Índice General .....	ix

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	4
Variable de la investigación .....	6
Evaluación del problema.....	7
Objetivos de la investigación.....	8
Objetivos generales.....	8
Objetivos específicos.....	8
Preguntas de investigación .....	9
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	9

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÒRICO**

Antecedentes históricos.....	12
Antecedentes referenciales.....	16
Fundamentación legal.....	19
Variables conceptuales de la investigación.....	20
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	20

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Datos de la Empresa .....	24
Diseño de investigación.....	28
Tipos de investigación.....	29
Población y Muestra .....	30
Métodos teóricos de investigación.....	31
Técnicas e instrumento de la investigación.....	32
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	33

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Aplicación a las técnicas e instrumento.....	34
Propuesta.....	46
Conclusiones.....	49
Recomendaciones.....	50
Bibliografía.....	51
ANEXOS.....	52

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>Títulos:</b>	<b>Páginas:</b>
grafico 1: Organigrama Institucional.....	25
Figura 2: Capacitación .....	34
Figura 3: trabajo.....	35
Figura 4: Capacitación .....	36
Figura 5: Estrategia.....	37
Figura 6: Mercado.....	38
Figura 7: Producto.....	39
Grafico 8:	
Grafico 9: Clientes.....	40
Grafico 10: Capacitación.....	41
Grafico11: Competencia.....	42

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Títulos:</b>	<b>Páginas:</b>
Cuadro 1:	
Situación conflictos, antecedentes y consecuencias .....	5
Cuadro 2:	
Plantilla de colaboradores.....	26
Cuadro 3:	
Tipos de investigación .....	29
Cuadro 4:	
Población y muestra.....	30
Cuadro 5:	
Técnicas e Instrumentos de la investigación.....	31

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

Según (Douglas Silva, 2020, p1) la pandemia del COVID-19 ha dado un giro de 90 grados entre personas y empresas del mundo, por ende, la innovación y la adaptación son palabras claves para el plan de acción y estrategia de ventas, por ende, se deben tener una constante comunicación con los clientes potenciales por medio del crm de ventas que fortalece la relación y confianza en tiempos de distanciamiento social.

Actualmente la competencia entre organizaciones es cada día más fuerte, ya que a nivel mundial de la compra y venta se ha vuelto mucho más competitivo, ya que el cliente ocupa el primer lugar dentro de una organización esperando satisfacer todas sus necesidades, a nivel mundial las empresas están invirtiendo mucho en lo que es la innovación de tecnologías, Sistema de calidad, presentación, precios, formula etc.

La capacitación es, sin duda, una de las herramientas principales con que cuentan las empresas para lograr que sus grupo de profesionales alcancen a través del conocimiento las competencias adquiridas para enfrentar el dinámico y convulso mundo empresarial, en medio de los constantes cambios tecnológicos, económicos y sociales, salud que se producen constantemente (Mendive, 2017)

En la actualidad dentro de las pequeñas y medianas empresas capacitar a sus colaboradores es un de los puntos principales ya que se enriquecen sus conocimientos y se forman profesionalmente aún más dentro del área que pertenecen dentro de su empresa, ganan ellos con conocimiento, con destrezas, habilidades, ya que las competencias están innovando en sus productos, servicios por ende se debe estar preparado a cualquier cambio que exista dentro del mercado.

En el país de Chile un 82% de las personas afirman que se le brinde una capacitación entre otras cosas para estar al tanto de las actualizaciones tecnológicas ya que él representa un alto nivel que necesitan de formación. Ya que labre caminos por encima de la competencia.

Según (Chiavenato,2007,p.385) La palabra capacitación tiene muchos significados. Algunos especialistas consideran que es un medio para desarrollar la fuerza de trabajo de las organizaciones; otros la interpretan más ampliamente y consideran que la capacitación sirve para un debido desempeño del puesto, asimismo extienden el concepto a un nivel intelectual por medio de la educación general.

También otros autores se refieren a un área genérica, llamada desarrollo, que dividen en educación y capacitación: la capacitación significa preparar a la persona para el puesto, mientras que el propósito de la educación es preparar a la persona para el ambiente dentro o fuera de su trabajo. Este capítulo se ubicará dentro de este último planteamiento (p.385).

Dentro del país de Colombia se realizó una encuesta a empresarios que su porcentaje fue de 80% que dentro de las organización tiene un programa de capacitación, un 15% en lo que es formación pregrado, un 14% en seminarios, un 13% en lo que es competencias personales, el 5% en diplomados etc., este grupos de empresarios tiene un alto porcentaje significa que cada año tienen un alto crecimiento de productividad que no dudan en invertir y hacerle llegar a un más conocimiento y destrezas , habilidades a su grupo de trabajo.

## **1.2 Ubicación del Problema en un Contexto.**

A nivel internacional las empresas, han incorporado el enfoque de competencias como herramientas para incrementar su productividad y mejorar la calidad en sus procesos y ser a un más competitivos, por esta razón elaboran plan de capacitación enfocándolos en las competencias laborales que permita mejorar conocimientos y actitudes del personal.

En América Latina existen grupos dentro de la fuerza de trabajo es muy variada en varios de los países las capacitaciones para jóvenes son baja los que lideran son de los 31 a 40 años, Paraguay 39%, Brasil 32% Ecuador 12% etc.

Según las estadísticas de ecommerce para el 2021 el crecimiento de las ventas es muy alto ya que es fácil crear un negocio mediante vía electrónica, ha sido una de las vías más satisfactoria que anteriormente los clientes no apostaban la compra vía on-line hoy en día por motivos de la enfermedad COVID-19 se incrementará en un 95% de ventas para el 2040 por internet, esto abrirá muchas puertas a empresarios pequeños y grandes y personas que se involucran en el área de las ventas o servicios.

Por ende, aquí entra un plan de capacitación al colaborador ya que debe tener conocimiento de las ventas vía on-line hacer que los clientes confíe plenamente en su página y en sus productos que le está ofreciendo, para tener un crecimiento tanto en clientes como ventas.

El impacto que causa a corto o largo plazo entre Europa y Estados Unidos sobre los programas de capacitación es modesto ya que se demuestra de una manera positiva en los lugares de trabajo, y los resultados satisfactorios fueron mejores para las mujeres que los varones. Sin embargo en América Latina reducidos programas con evaluación confiables con un impacto algo mayor, aunque estos impactos fueron positivos hablando de ingresos y empleo formal más en empleo en general según (Urzua & Puentes, 2010,p.1)

En Estados Unidos ha tenido un gran impacto por la enfermedad del COVID-19 por ende, ha tenido un bajo nivel económico, provocando cierres de varias empresas u organizaciones, se encuentra en una gran duda de cómo será el crecimiento económico, aquí se suma el mercado estadounidense que optaron por productos ecológicos, que son la cerveza que esta es elaborada por la cebada , arroz ecológico y así demostrando su alto crecimiento en

ventas, las personas de alto consumo son los jóvenes, en el 2019 tienen un incremento de 5.9% que equivale a 47,900 millones de dólares, esta cantidad pasa a los alimentos en un 2.3 % de los alimentos de su totalidad .

Según el Universo (2021) afirma que, dentro del Ecuador, se mantiene un nivel alto en lo que es emprendimiento, pero son los primeros en cerrar por la crisis económica que los azota a cada año y en estos tiempos de Pandemia, frente a esta situación se debe estar innovando constantemente afirman los expertos

Al finalizar el año a muchas empresas y negocios, dio un giro de 90°, por la crisis optaron por la creatividad e innovar, por ende, expertos del gobierno lanzaron cuatro estrategias para incrementar sus ventas que son: clases vía on-line, maquillaje a domicilio, ventas de productos orgánicos, capacitaciones o talleres, entre otros según la consultora Paola Aulestia y los economistas Jorge y Héctor Delgado afirman estas estrategias se quedaron a partir de los años.

### **1.3 Situación Conflicto**

En la empresa distribuidora DISFARVETS en la ciudad en Guayaquil, encontramos un bajo nivel de ventas, dado el caso que no contamos con capacitadores dentro de la empresa, por ende, nos crea un déficit en ventas, por medio de un análisis interno hemos observado que el bajo volumen de ventas es no saber llegar al cliente, no saber los beneficios del producto, desmotivación del mismo, publicidad etc.

Otros motivos que ocasiona el bajo volumen de ventas dentro de la distribuidora DISFARVETS, es la desmotivación del personal, mala comunicación interna, falta de preparación, fuerte competencia, retraso de entrega de pedidos, por ende, esto no permite mejorar los resultados que se espera tener cada fin de mes por parte de los colaboradores.

En efecto, tenemos para mejorar el bajo volumen en ventas que existe dentro de la empresa, plantearemos la capacitación, publicidad, estrategias de ventas, un desarrollista que nos permita promocionar productos que no son reconocidos dentro del mercado todos estos beneficios que se planteara serán tanto para los colaboradores que le permita adquirir más conocimiento para su visa profesional y a la empresa llegara a su objetivo deseado que es ser reconocida por su beneficio que brinda y satisfacer las necesidades de todos sus clientes .

Las capacitaciones es un proceso que se aplica con el fin de mejorar los conocimientos, estrategias, habilidades y actitudes que le permite a cada trabajador dentro de una empresa una mejor interacción en el ámbito laboral, de este modo todas estas actividades son necesarias para la formación de cada trabajador.

Una agradable atención basada en el respeto confianza, a los clientes será beneficioso porque se instalará una pequeña amistad, esto nos permitirá que el cliente nos tenga confianza al momento de elegirnos en cada compra, y no a la competencia ya que nosotros no vendemos producto, vendemos solución por ende esta buena atención se verá reflejado en números y un cliente fidelizado.

Tabla1: Dificultad

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuencias</b>
Alta competencia “ DISFROVET”	Pérdida de clientes
Precios fuera del mercado	Disminución en ventas
Falta de publicidad.	Productos no reconocidos

Elaborado por: Mayra Ronquillo (2021)

#### **1.4 Formulación del Problema**

¿Cómo influye la capacitación al personal de comercialización en el incremento del volumen de las ventas en la distribuidora de medicina veterinaria “DISFARVETS”, ubicada en el cantón Guayaquil, de la provincia del Guayas, en el año 2021?

#### **1.5 Variables de la Investigación**

Variable Independiente : Capacitación al personal de comercialización

Variable Dependiente : Volumen de ventas

#### **1.6 Delimitación del Problema**

**Campo:** Tecnología en administración

**Área:** Capacitación al personal

**Aspectos:** Incremento económico

**Tema:** Plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria “**DISFARVETS**”, en el cantón Guayaquil

## 1.7 Evaluación del problema

**Delimitado:** El déficit que causa el bajo volumen de ventas y las razones son que los vendedores no están sien por ciento actos y capacitados para llevar a cabo los cupos asignados que se les da mensualmente.

**Claro:** En efecto, se aplicará un plan de capacitación, para su mayor formación que los ayude a crecer profesionalmente y que se sientan más allá de ser colaboradores se sientas como en familia, comprometidos con la empresa, estar decididos crecer juntos y la formación que se le brinda esperemos obtener fidelidad ante la empresa.

**Evidente:** Una excelente relación entre colaboradores y jefe esto llevara a tener un equipo o grupo de trabajo a tener confianza, respeto y llegar resolver cualquier motivo dentro de la empresa.

**Concreto:** En efecto esta investigación aplicada dentro de la empresa será capaz de resolver y beneficiosa para resolver los problemas encontrados.

**Relevante:** Las capacitaciones que se implementara dentro de la empresa es para crecer juntos y llegar al objetivo entre empresa y colaboradores.

**Factible:** Estará presente el jefe realizando las contrataciones de capacitadores para la formación de los colaboradores.

## **1.8 Objetivos de la Investigación**

### **1.8.1 Objetivo General**

Estructurar el plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización para el incremento de volúmenes de las ventas de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS de la ciudad de Guayaquil

### **1.8.2 Objetivos Específicos**

- Sustentar desde la teoría de la Administración del Talento Humano la relación que existe entre la capacitación al personal de comercialización y el volumen de las ventas en las distribuidoras de medicina veterinaria.
  
- Diagnosticar el nivel de conocimiento en ventas del personal de comercialización de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS, aplicando técnicas e instrumentos de investigación.
  
- Bosquejar el plan de capacitación en técnicas de ventas dirigido al personal de comercialización que propicie el incremento del volumen de las ventas de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS

## **1.9 Preguntas de Investigación**

¿Cuáles son los procesos para sustentar la teoría de la administración de talento humano que existe entre la capacitación al personal y el incremento de las ventas de la distribuidora de e medicina veterinaria?

¿Cómo diagnostica el nivel de conocimiento en ventas del personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria DISFARVETS, aplicando técnicas e instrumentos de investigación?

¿Cómo se bosqueja el plan de capacitación en técnicas de ventas dirigido al personal de comercialización que propiciar el incremento del volumen de las ventas de la distribuidora de medicina veterinaria DISFARVETS?

### **1.10 Justificación e Importancia**

La motivación principal de realizar este trabajo u estudio como colaboradora solucionar y buscar estrategias de ventas para el inadecuado proceso que realiza los vendedores al momento de abordar a un cliente, que muchas veces estas visitas son negativas por ende esto crea una pérdida de cliente y un bajo volumen de ventas, en lo que vamos a obtener un plan de capacitación para formarnos y mejorar y buscar estrategias para incremento de sus ventas.

Con esta investigación nos sirve para mejorar las condiciones de la empresa y de los colaboradores, a un más formándolos en conocimientos, habilidades que demuestren que tienen esa habilidad para hacer crecer a una empresa o a futuro sus propios negocios que pueden implementar e impartir conocimientos a pequeños emprendedores que constantemente se suman a vida comercial.

Por otro lado, la investigación que se llevara a cabo es de un plan de capacitación para el incremento de volumen en ventas, que daremos a conocer dentro de esta pequeña investigación la importancia que debe tener cada empresa con sus trabajadores estarlos constantemente capacitando, evaluando. Por lo tanto, será un proceso tenaz que se ajustará a responsabilizarlos a cada uno de los colaboradores a dar un trabajo con eficacia y que nuestros clientes obtengan un servicio de calidad.

Este estudio que se llevara a cabo no solamente para la empresa disfarvets si no para diversos emprendedores que se suman constantemente que mediante una técnica de investigación “encuesta “entrevista podemos encontrar muchos errores que puede estar presentando la organización. Esto nos va a ayudar de una manera positiva ya que vamos a ir corrigiendo los problemas que no nos permite avanzar en este caso nosotros, es aumentar las ventas ya que ha habido un déficit bajo, por el momento puede ser por la enfermedad que estamos pasando que los aviones de carga están cargando las vacunas, pero este déficit ya es años anteriores

Otro motivo que se realiza este esta investigación es lograr identificar a parte que necesitan sus capacitaciones para el incremento de ventas, podemos encontrar otros aspectos que dentro de esta formación podamos juntos mejorar para cumplir con los objetivos que se propuso el jefe cuando comenzó a dirigir esta empresa.

### **1.11 Aspectos que justifica la investigación**

**Conveniencia:** nuestro personal se sentirá más a gusto confiado ya que se le está brindando conocimiento para su vida profesional, por ende, se sentirá más comprometido con la empresa dando su máximo nivel de trabajo y cumpliendo con los objetivos que la empresa espera.

**Relevancia social:** las capacitaciones que se le implementará a los vendedores será de mucho beneficio Porque se espera que con esos conocimientos partidos crezcan en sus ventas y puedan obtener clientes potenciales.

**Valor teórico:** En efecto, esta investigación aportara a las pequeñas empresas que cuanta importancia es tener colaboradores aptos y capacitados para obtener los objetivo que se implanto desde si único su negocio.

**Utilidad metodológica:** Dentro de esta investigación se han utilizados diferentes técnicas y métodos para recabar información y poner en práctica para mejorar los objetivos dentro de la empresa

### **1.12 Viabilidad de la investigación**

#### **Viabilidad técnica**

La realización de este proyecto será viable es por el motivo que se realizara un plan de capacitación a los colaboradores para incrementar sus ventas, donde se busca cual es el motivo que nos lleva a la empresa DISFARVETS a tener bajas ventas que está afectando cada mes que se ve los resultados negativos.

#### **Vialidad económica**

El proyecto será viable, porque somos capaces de conseguir los recursos en este caso con el plan de capacitación que se va implantar, en si para incrementar las ventas y porque no satisfacer las necesidades de nuestros clientes que podemos estar cumpliendo ya que son los principales dentro de la empresa para crecer como empresa y las ventas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÒRICO**

#### **2.1 Antecedentes históricos**

##### **Capacitación al personal**

(Romero, 2008) afirma que la capacitación al personal se inició en el año 2100 A C que se podría encontrar los primeros aprendices y es importante señalar que a las civilizaciones y campesinos nunca llegaba, por ende, solo se daba la capacitación cuando los integrantes de las civilizaciones transmitían de forma directa a su aprendiz.

En tiempos atrás solo templos antiguos solo impartían arte y religión, y los soldados tenían las responsabilidades de entrar al ejército y por otro lado los hijos ricos recibían la enseñanza por escuelas y los gobernadores desarrollaron un sistema de aprendizaje diferente a los que ellos solían impartir y con el pasar de los años se convirtió en un sistema social para las empresas.

En la actualidad la capacitación se ha aplicado mediante a las necesidades ya sean sociales y organizacionales, administrando según sus conocimientos ya que al principio la capacitación humana fue una modificación según los conocimientos del hombre. Con lo que se preocupa un cambio de actitudes de los individuos y hacerlo entender que su participación solo en el ámbito productivo si no en las relaciones consigo mismo.

Comenta (Mike Maglione 1980) de Estados unidos director de capacitaciones de vendedores que muchas veces se frustran porque no llegan a tener todas las respuestas. Debe conocer las técnicas de ventas los procedimientos administrativos de su empresa, conocer todos sus productos, Maglione recomienda que antes de utilizar programas de capacitación formal en ventas con el CMC, En 1981 nunca se le enseñó a los trabajadores por qué se le está

pagando, hoy en día se le está dando todas las herramientas para que salgan a los negocios, empresas a cerrar contratos y hacer ganar dinero.

En los últimos cincuenta años se ha observado que a medida que la mentalidad del hombre ha cambia y se ha reflejado en los resultados, gracias a la evolución e inclusión de nuevas teorías y disciplinas han cambiado el concepto de “*recurso humano*” a lo que hoy llamamos “*talento humano*” como signo de que la persona no es un recurso renovable, sino que se debe desarrollar sus talentos, competencias mediante la gestión, en la actualidad se reconoce la importancia e impacto que tiene las personas en una organización, el talento humano es un factor determinante en la gestión estratégica empresarial (Socorro, 2006,p.3)

En efecto, Ecuador indica que es uno de los países latinoamericanos a pesar de poseer muchas biodiversidades deseables, la falta de conocimiento lo han llevado a tomar decisiones que han llevado al Ecuador a tener muchas falencias son de miles de personas desempleadas.

En la actualidad el país tiene un plan estratégico, que están trabajando en ello para cambiar la matriz productiva dejando de ser exportadores de materia prima para exporta materia prima con valores agregados de un alto nivel de calidad, este tipo de estrategia tendrá como beneficio darle oportunidad al talento humano y al sector de la economía popular (Político, 2013.p.1)

Además, las empresas del Ecuador sean pública o privada tiene una alta preocupación de tener un personal calificado que pueda ajustarse a sus objetivos y visión hacia dónde quiere llegar, por ello se considera la capacitación porque los ayuda a tener nuevos conocimientos y están actualizados constantemente a la fuerza de venta, mediante técnicas o métodos de trabajos para aún más ser competitivos dentro del mercado.

La presente investigación que realizó (Billikof, 2003) afirma que al establecerse un programa de capacitación consiste en coordinar todas las actividades introduciendo un equipo o una maquinaria como objetivos de aprendizaje. Al finalizar las capacitaciones los trabajadores adiestrados, ya sabrán cómo manejar cualquier peligro que se le presente. Ya que cuando se los contrata siempre ocultan una falta de desconocimiento por vergüenza o timidez a que no lo contraten.

Según (Antecedentes Históricos de la capacitación en México, 2011) son procesos encaminados al incremento y desarrollado de habilidades con la finalidad de mejorar el desempeño laboral. Indica que es de suma importancia de como surgieron los primeros entrenamientos de legislación y su evolución. En México la capacitación fue en la época prehispánica, donde la población recibía la capacitación en escuelas en el Tepochcalli y el Calmècac aquí se encontraba los jóvenes desarrollando sus habilidades y destrezas militares y domesticas por ende en el año 1970 en México estableció la ley federal de que las empresas tiene la obligación de capacitar a sus colaboradores y años más tarde la capacitación se convierte en derecho para los colaboradores de cada empresa y en 1978 se inició el primer sistema de capacitación y desarrollo.

Finalmente, la situación económica a nivel mundial, se encuentran en diferentes movimientos, se debe tener planes y programas flexibles que se ajusten al mercado globalizado ya que la competencia se encuentra en constante competencia.

#### Volumen de ventas

(Acosta , Salas, Jimenez, & Guerra, 2018) afirman que la actividad de las ventas eran de las profesiones más antiguas 4,000 a.C. los árabes comercializaban entre ellos y luego al mundo. Existe cinco etapas en la última (1480 d. C) ya estaban las primeras actividades bancarias, entre otros desde el siglo XIV hasta

la actualidad es comienza a forzar las Actividades de marketing y hoy en día aparece como Brown y Pateerson se los considera el padre de las ventas.

Comenta (Mike Maglione 2015) de Estados unidos director de capacitaciones de vendedores que muchas veces se frustran porque no llegan a tener todas las respuestas. Debe conocer las técnicas de ventas los procedimientos administrativos de su empresa, conocer todos sus productos, Maglione recomienda que antes de utilizar programas de capacitación formal en ventas con el CMC, En 1981 nunca se le enseñó a los trabajadores por qué se le está pagando, hoy en día se le está dando todas las herramientas para que salgan a los negocios, empresas a cerrar contratos y hacer ganar dinero.

La revista (lideres 2020) menciona que hoy en día el mundo laboral está cada vez más competitivo las empresas optimizan, apuestan por optimizar los procesos, reducir y evitar altas pérdidas, y llegar obtener los mejores resultados. La capacitación y formación es clave para lograr esos objetivos. Y la meta es potenciar las habilidades del grupo para estar de primero que la competencia.

Además, (Murillo, 2020) agrego dentro de esta entrevista que hay que apostar por el talento humano, proporcionando información sobre las necesidades que se pueden enfrentar en un futuro del personal que facilita la promoción de los empleados. Todo ello abona favorablemente en la operatividad de los negocios y empresas. E el país existen 466 empresas calificadas como operadores de capacitación y 546 personas profesionales autorizadas como capacitadores independientes, según registros de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (Setec).

Según (Chiavenato 2009,P.377) la capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo, diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. Se trata de uno de los procesos más importantes de la administración de los recursos humanos.

Lo que Chiavenato menciona en su artículo es que debemos tener de suma importancia tener en el primer lugar dentro de recursos humanos lo que es la capacitación ya que de ello depende que los trabajadores estén con conociendo actualizados, por ende, esto ayudara que se sienta comprometido y a la vez la empresa los resultados que desea obtener.

Turnover(2019) Afirma “El volumen de ventas en la economía se refiere a la magnitud contable que se agrega todos los ingresos de una organización o unidad contable que se ha tenido, en un determinado tiempo” (p.1)

Otro laso el volumen de ventas es de suma importancia a la hora de evaluar la solvencia y el tamaño de una organización, el motivo para evaluar el tamaño de la empresa también puede ser por la cantidad de empleados.

El Grupo Liebherr ha obtenido el mayor volumen de ventas de su historia al año 2017 con 9.845 millones de euros manifiesta con el año anterior aumento en un 9,3% y en el 2018 prevé un mayor crecimiento, tanto en las maquinarias de construcción logro aumentar 14,5% obtuvo 6.182 millones de euros en lo que son las maquinarias y equipos de minería.

Liebherr creció de forma significativa en Europa occidental, en su zona de ventas importantes. Y esto permitió crecer el número empleados con un total de 1.561 puestos de trabajos nuevos a final de año presento una plantilla de 43.869 empleados y empleadas en todo en el mundo y las cifras para el año siguiente que es 2018 creció tanto en maquinarias de construcción y en productos según estadísticas del año 2017. (Volumen de ventas , 2017)

## **2.2 Antecedentes Referenciales**

(Medina, 2014) capacitación al personal de Ventas (teoría según Bateson) Resumen manifiesta que aprendemos mediante texto, es fácilmente verificable, pero lo importante es que es conocimiento no sea la única forma valida de conocer las cosas se sugiere observar el conocimiento de la acción.

- Diferencia vamos obtener capacitaciones vía on-line desde su comodidad, ya que no es preciso asistir o enviar el capacitador al lugar asignado.

(Escalante, 2009) Universidad Autónoma de Tamaulipas Resumen: esta investigación es con el fin de cómo orientar a las empresas, para que puedan tener un mejor rendimiento dentro de las diferentes áreas de trabajo, seleccionando un personal altamente capacitado para que de igual manera tengan una mejor organización y puedan alcanzar las metas deseadas.

- Diferencia: obtendremos un plan de capacitación cada 5 meses y una supervisión de clientes sobre la atención que brindamos con nuestros colaboradores.

Los programas de capacitación en ventas luchan por tomar las contribuciones humanas y convertidas en una parte exitosa y productiva del departamento de ventas. La capacitación en ventas y el desarrollo de la fuerza de ventas debe considerarse como un proceso continuo y de largo plazo puede garantizar el crecimiento continuo y la mayor productiva de los vendedores. (Torres colunga, 2013)

- Esta tesis nos ayudara con nuestro proyecto porque nos indica que unas de las estrategias para tener resultados es tener una capacitación a largo plazo, para tener un mayor crecimiento y conocimiento.

En el pasado, algunos especialistas en recursos humanos consideraban que la capacitación era un medio para adecuar a cada persona a su trabajo y para desarrollar la fuerza de trabajo de la organización a partir de los puestos que ocupaban. Actualmente, el concepto se amplió y ahora se considera que la capacitación es un medio para apalancar el desempeño en el trabajo (Chiavenato , Gestion de talento humano, 2008)

- Siguiendo con la idea del autor dentro de esta investigación que vamos a cambiar lo que el colaborador desconoce, su forma de llevar su trabajo,

sus actitudes de comportamiento hacia los clientes y su interacción ante una queja por parte de los clientes.

Menciona en sus tesis ( (Farez & Leon, 2015)) que las capacitaciones de largo tiempo son más positivas que las que toman a corto plazo que tienen un horario desde 104 a 122 horas en cambio las de corto plazo consideraban que eran pocas positivas.

- Diferencia de la tesis antes escrita nuestra investigación se basará en capacitaciones cortas en puntos clave que estemos presentando en este cambio seria el tema de incrementar las ventas, decimos corto por motivo que tenemos que tener un capital extra y en estos momentos no contamos de dicho capital y dentro del corto tiempo de capacitaciones le sacaríamos el máximo provecho.

Según Chiavenato (2008) “que la capacitación son las experiencias aprendidas que producen cambios dentro de la organización mejora sus habilidades y destrezas dentro de su ambiente laboral para poder alcanzar el éxito” (p.1)

- Mi análisis o diferencia respecto a lo que redacta el autor Chiavenato nosotros en nuestra investigación que estamos realizando como dice para alcanzar el éxito nosotros vamos a realizar lo que son capacitaciones para ver cambios, habilidades que no lleven a solucionar el problema que presentemos en nuestra empresa y poder llegar a nuestro objetivo de incrementar las ventas y obtener dentro de esta incrementación clientes potenciales y aun ser más reconocidos.

## 2.3 Fundamentación legal

En la constitución política de la República del Ecuador en el Art. 153-A (2008)

De la referida Ley al establecerse en forme clara que: el patrón tiene la obligación de proporcionar a todos los trabajadores y esto a recibir, la capacitación o el adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida, su competencia laboral y su productividad, dicha capacitación fuera dentro o fuera de ella, ya sea por conducto personal propio instructores.

El Artículo 70 (2014) de la LOSEP, establece que el subsistema de capacitación y desarrollo del personal, se orienta al desarrollo integral del talento humano que forme parte del servicio público a partir de procesos de adquisición y actualización de conocimientos, desarrollo de técnicas, habilidades y valores para la generación de una identidad tendiente a respetar los derechos humanos, practicar principios de solidaridad, calidez, justicia y equidad reflejados en sus comportamientos y actitudes frente al desempeño de sus funciones de manera eficiente.

Que, el artículo 234 (2015) de la Constitución de la República del Ecuador señala que: "El Estado garantizará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, institutos, academias y programas de formación o capacitación del sector público; y la coordinación con instituciones nacionales e internacionales que operen bajo acuerdos con el Estado."

Que, el artículo 71(2015) de la Ley Orgánica del Servicio Público - LOSEP, determina que: "Para cumplir con su obligación de prestar servicios públicos de óptima calidad, el Estado garantizará y financiará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos mediante la implementación y desarrollo de programas de capacitación. Se fundamentarán en el Plan Nacional de Formación y Capacitación de los Servidores Públicos y en la obligación de hacer el seguimiento sistemático de sus resultados, a través de la Red de Formación y Capacitación Continuas del Servicio Público para el efecto se tomará en cuenta el criterio del Instituto de Altos Estudios Nacionales -IAEN";

Que, el Acuerdo No. 254 del 23 de noviembre de (2011), publicado en Edición Especial del Registro Oficial No. 219 del 14 de diciembre de 2011, incluido en el Proceso Habilitante de Apoyo en el literal b) del numeral 3.2.1.2, establece las atribuciones y responsabilidades de la Dirección de Administración del Talento Humano: 5) Generar planes y programas dirigidos a desarrollar el talento humano, donde se encuentra inmerso el Subsistema de Capacitación y Desarrollo de Personal.

Oficial No. 296 de 24 de julio de (2014) , el Ministerio de Relaciones Laborales (hoy Ministerio de Trabajo) expide la Norma Técnica del Subsistema de Formación y Capacitación, que tiene por objeto establecer los mecanismos normativos y técnicos que permitan a las Unidades de Administración de Talento Humano-UATH de las instituciones públicas planificar, organizar, ejecutar, evaluar y mejorar los programas de formación y capacitación, orientados a adquirir, desarrollar y potencializar los conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes de las y los servidores públicos para el ejercicio de sus puestos de trabajo

### **Variables conceptuales de la investigación**

**Variable independiente: Capacitación** Conjunto de actividades didácticas , orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa (Perez , 2010)

**Variable dependiente: Volumen de Ventas** Santos( 2019)Menciona “es una expresión que se refiere al valor de bienes y servicios vendidos por una determinada empresa, teniendo establecido para ese análisis” (p.

### **2.4 Definiciones conceptuales**

**Técnica:** Está definida como: "las habilidades para hacer uso de procedimiento y recursos. Significa como hacer algo. Es el procedimiento que adoptan el docente y los alumnos durante el proceso de enseñanza y aprendizaje". Esta

definición incluye habilidad, uso de procedimientos, dos elementos importantes que se relacionan directamente con una técnica (Gutierrez, 2002,p.181)

**Disciplina:** La Buena disciplina es importante porque ningún grupo de gente puede trabajar en conjunto, exitosamente, sin establecer normas o reglas de conducta, respeto mutuo y un sistema conveniente de valores que oriente a cada persona del grupo a desarrollar autocontrol y autodirección. (Yelon & Weintein, 1988)

**Talento humano: La gestión del talento humano** en las organizaciones es la función que permite la colaboración eficaz de las personas, para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales. (Chiavenato & Idalberto, 2002) menciona que “Los objetivos de la gestión de personas son diversos

**Competencia:** Es un conjunto de comportamientos socio afectivos y habilidades cognoscitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un papel, una función, una actividad o una tarea”. (Kobinger, 1996)

**Gestión:** La gestión como nueva tecnología que se orienta a objetivos prácticos fue presentada al público en general durante las últimas décadas del siglo XIX, y se convirtió rápidamente en disciplina en las décadas de 1920 y 1930 en tanto cuerpo organizado de conocimiento orientado a apoyar las empresas que actuaban por instinto, generando cambios en los valores y en los procesos organizacionales. (Manrique lopez, pág. 132)

**Estrategia:** Las estrategias son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos, pero que presentan cierto grado de dificultad en su formulación y ejecución, es decir, son acciones que, al momento de formularlas, requieren de cierto análisis; y que al momento de ejecutarlas, requieren de cierto esfuerzo (Pervestivas, 2010, pág. 1).

**Decisiones:** La toma de decisiones es fundamental para cualquier actividad humana; en este sentido, todos somos tomadores de decisiones, sin embargo, tomar una buena decisión comienza con un proceso de razonamiento, constante

y focalizado, que incluye muchas disciplinas. (Cabeza de vergara , Muñoz Santiago, & Alberto, 2010)

**Calidad:** Juran (1993) describe “Es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además calidad consiste en no tener deficiencias” (p.1) La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

**Beneficio:** Lopoez (2008)Se refiere “ en economía es la cantidad monetaria resultante de la diferencia entre ingresos y costes de una inversión, negocio o cualquier otra actividad económica”(p.1)

**Visión:** Vision (2018)afirma”La visión de una empresa responde a dónde desea estar una organización a largo plazo. sirve como inspiración y motivación para definir un marco y dirección de referencia” (p.1)

**Destreza:** El concepto de “destrezas” se utiliza, a veces, como equivalente a “una habilidad manual” para realizar con eficiencia ciertos trabajos manuales. constituyen acciones mentales que el estudiante debe desarrollar, a través de las actividades que proponga el docente en el aula, aprendiendo los contenidos de las distintas áreas (Latorre Ariño, 2015)

**Habilidades:** Según la Academia Española, se refiere la habilidad como la capacidad de alguien para desempeñar las cosa de manera correcta y de esta forma se trata de una forma de aptitudes específicas para actividades puntuales sea física o social y mental. (Raffino, 2020)

**Colaboradores:** Montalvo, 2011) afirma que “Es la persona que interactúa en todo proceso donde se involucre el trabajo de varias personas en equipo o en grupos y se aplica en negocio y arte etc”(p.1)

**Programa:** Se define como la estrategia genérica de las comunidades académicas investigativas a través de un conjunto de proyectos o actividades complementarias orientadas al logro de un objetivo

Un programa de investigación orienta las fortalezas de los grupos ejecutores y organiza todos los recursos en orden a la optimización y a la consecución de los objetivos investigativos. (Catolica, pág. 1)

**Desempeño:** Chiavenato (2020)“son las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización” (p.1). En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

**Procedimientos:** (Melinkoff, 1990) afirma “Los procedimientos consiste en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores”(p.1)

**Evolución:** se refiere que surge en el ámbito de la embriología. Se emplea para referirse a ideas que daban cuenta del cambio ontogenético de los organismos de acuerdo a tesis preformacionistas, tanto ovistas (los embriones están encapsulados en los óvulos) como animalistas (los embriones están encapsulados en los espermatozoides). (Ruiz, 2009)

**Chiavenato (2009)**, afirma que la gestión del talento humano refiere al conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir cargos gerenciales relacionados con personas o recursos; poniendo en práctica procesos de reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño. (p.2)

**Aprendizaje:** Revista de Psicodidáctica (2020)menciona “En la primera concepción el aprendizaje se considera como la adquisición de conocimiento a través del uso de habilidades de estudio en la preparación de tareas de valoración”.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Datos de la empresa

**Nombres completos de la empresa:**

Distribuidora de medicina veterinaria “DISFARVETS” del cantón, Guayaquil  
provincia del Guayas

**Información de la empresa.**

La distribuidora de medicina veterinaria se inició en el año 2016, cuenta con cinco años funcionando. Desde ese entonces inicio sus servicios para brindar todo tipo de producto de primera necesidad para nuestras grandes y pequeñas mascotas que cumplen un bonito espacio en nuestro hogar.

**Objeto social:** Medicina Veterinaria

**Misión:** Es una empresa comercializadora de medicina veterinaria con presencia en la costa, que brinda servicios y productos de calidad certificada, garantizando la satisfacción de nuestros clientes

**Visión:** Ser una empresa reconocida, en la comercialización de productos veterinarios y satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes.

**Logo:**



## Valores de la distribuidora "DISFRAVETS"

- ✚ Respeto: se debe tratar a cualquier persona por igual tanto dentro de la empresa y por fuera.
- ✚ Puntualidad: debe cumplir con los horarios asignados
- ✚ Compromiso: tener ese mismo objetivo de ayudar a alcanzar las metas y ser exitosos
- ✚ Lealtad: estar dispuesto a renunciar o hacer cualquier sacrificio por el bien de la empresa
- ✚ Honestidad: deber usar la verdad en cualquier acontecimiento que se presenté en la empresa para poderse ganar la confianza y credibilidad ante el entornó.

**Organigrama:** Se presenta a continuación el organigrama de la distribuidora DISFARVETS

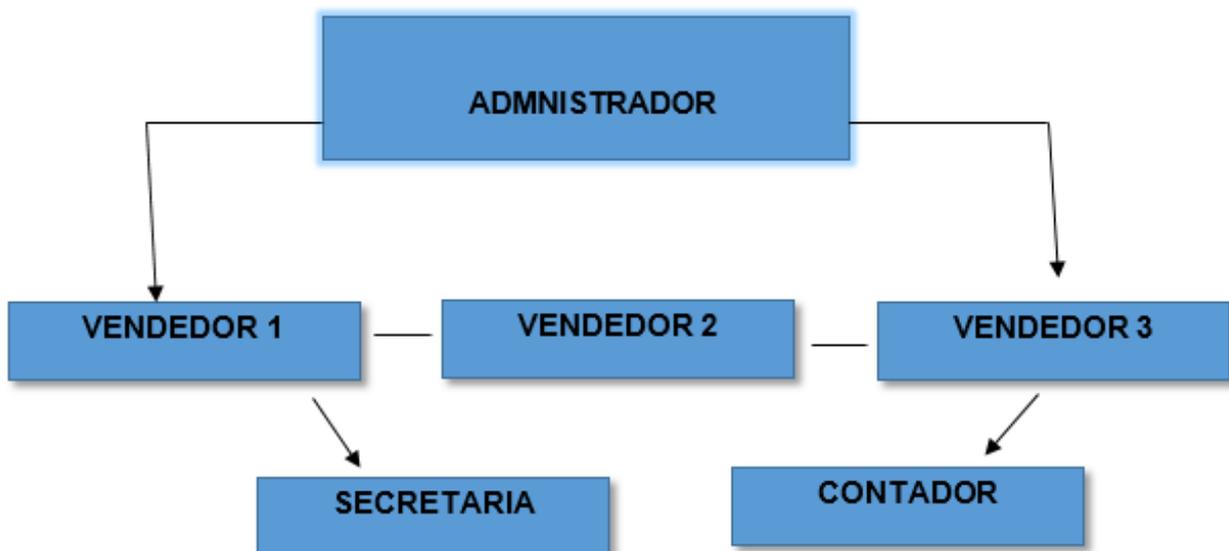


Grafico 1: Elaborado por: Mayra R. (2021)

## Colaboradores de Disfarvets

Tabla: 1 Panillas de Empleados de Disfarvets

PLANILLAS DE EMPLEADOS		
N°	DEPARTAMENTOS	CANTIDAD
1	GERENTE	1
2	VENDEDOR	1
3	VENDEDOR	1
4	VENDEDOR	1
5	SECRETRARIA	1
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

## Clientes de la distribuidora comercial “Disfarvets”

- ✚ Hombres
- ✚ Mujeres
- ✚ Adulto mayores
- ✚ Niños
- ✚ Público en general

## Competencias de la distribuidora Comercial “Disfarvets”



### Principales servicios de la Distribuidora.

Productos de medicina veterinaria

### Ventas de Disfarvets

En la siguiente tabla mostramos las ventas en los últimos años.

Ventas de los 2 ultimos años	
2019	\$32.869,79
2020	\$25,968,79

Elaborado por: Ronquillo. (2021)

### 3.2 Diseño de la Investigación

**Descriptiva:** comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente (Tamayo y Tamayo, 2003, pág. 46)

- Es decir, la investigación descriptiva nos va a dar a conocer como está la situación actual de la empresa en relación a la capacitación de los colaboradores de la distribuidora Disfarvets para realizar un análisis preciso.

**Explicativa:** Jimenez ( 1998) afirma” Esta siempre en la base de la explicativa. No puede formularse una hipótesis causal si no se ha descrito profundamente el problema (p.13).

- Esta investigación nos ayudara a descubrir las causas que provocaron el problema de estudio en este caso las bajas ventas.

**Correlacional:** Tamayo y Tamayo (2003) relata “Este tipo de investigación se persigue fundamentalmente el grado en el actual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores” (p.50).



### 3.4 Población y Muestra

**Población:** Arias (2006) considera “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p.2)

**Población finita:** Ramirez (1999) define “es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total” (p1).

- Podemos contar con todas las personas de dicha población.

**Población Infinita:** Arias(2006) define “la parte cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población” (p.1).

- La investigación que se va realizar es finita por el motivo que constan de 5 personas.

**Cuadro: 3** **Mundo**

Elementos	Cantidades
Propietario de la Distribuidora	1
Vendedores	3
Secretaria	1
Total	5

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

**3.5 Muestra:** Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros

que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (Lopez , 2004)

### 3.5.1 Tipos de Muestra

Muestreo aleatorio simple, Muestreo aleatorio sistemático, Muestreo estratificado, Muestreo aleatorio por conglomerados, Muestreo Polietápico, Muestreo bola de nieve, Muestreo por cuota o accidental.

### Métodos de investigación

Método Teóricos: Método consultivo, Método histórico, Método descriptivo, Método explicativo, Método experimental, Método hipotético. inductivo, deductivo, estadístico.

**Método deductivo:** Moran (2010) analiza “es el camino inverso a la inducción, o sea que, partiendo de la ley, se va a los casos particulares y para algunos la deducción son procesos discursivos y descendente, pasa lo de general a lo particular” (p.28).

**Método inductivo:** Moran (2010) expresa “son procesos que no pueden ir separados, si quieren actuar de manera objetiva y científica, la una se completamente con la otra” (p.28)

**Método estadístico:** Salas (2018) afirma “ Es la que recolecta, clasifica y representa los datos para una toma de decisiones. También se usa para denotar los datos o los números que se obtiene de esos datos” (p.3)

### 3.7 Técnicas e Instrumentos de la investigación

Procedimientos de la investigación.

Tabla: 2 Técnicas de investigación

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

#### Entrevista

Es una técnica de gran utilidad de la investigación cualitativa para recabar datos, se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de una conversa. es un instrumento técnico que se adopta un dialogo coloquial. la entrevista es muy ventajosa principalmente para para los estudios descriptivos y en la fase de exploración. (Diaz Bravo & Torruco Garcia, 2013)

- Con este este instrumento nos va ayudar a recabar datos que estemos necesitando para la investigación con un dialogo coloquial entre dos personas.

#### Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (Lopez Roldan & Fachelli, 2015)

- En efecto, este instrumento nos sirve para reunir los datos y saber las opiniones del público en general.

### **3.8 Procedimientos de la Investigación**

En el siguiente proyecto de investigación se aplicará las técnicas e instrumentos como la encuesta y la entrevista.

- ✚ Primero vamos a llevar a cabo a elaboraran unas preguntas que contiene diez alternativas, estas preguntas serán enviadas por vía telefónica a los vendedores y secretaria para su respectiva contestación, que ellos deberán devolver las respuestas mediante correo obteniendo estas respuestas vamos a proceder a tabularlas para obtener el resultado
  
- ✚ En la entrevista vamos a llevar a cabo con siete preguntas que se va a enviar por correo al gerente una vez dada sus respuestas vamos a proceder a lo que es la tabulación para obtener los resultados Y procederemos hacer el análisis de la entrevista y después del resultado veremos lo positivo y negativo.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

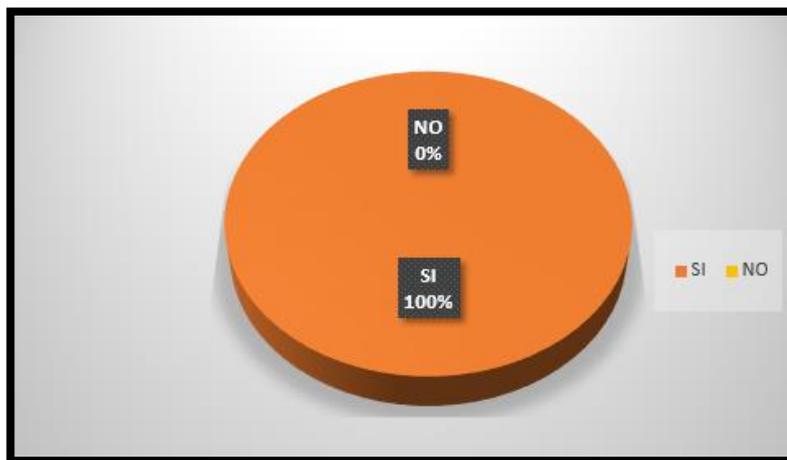
#### 1. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?

Tabla 1 Capacitación

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

Gráfico 1 Capacitación



Elaborador por: Ronquillo Bazurto Mayra

#### Análisis

El 100% de los colaboradores encuestados responden con un positivismo que si están dispuesto a recibir capacitaciones que los llevara aumentar su nivel de profesionalismo y personal en los diferentes temas que se lleve a cabo.

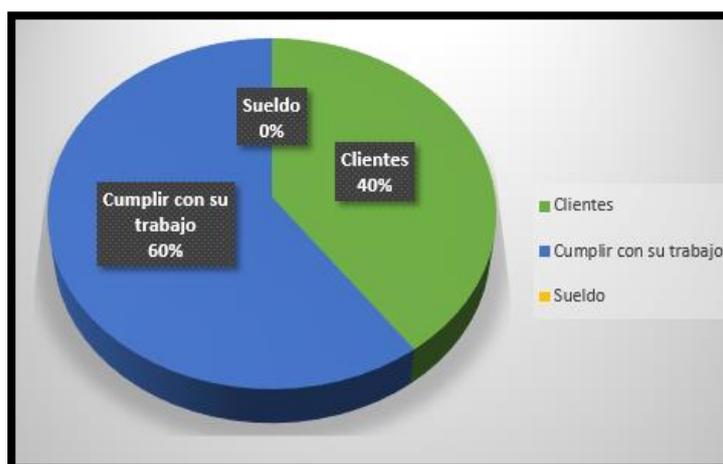
## 2. ¿Qué factor considera más importante en su trabajo?

Tabla 2 Trabajo

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cientes	2	40%
Cumplir con su trabajo	3	60%
Sueldo	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

Gráfico 2 Trabajo



### Análisis

Como podemos observar el 60% de los colaboradores expresan principalmente es cumplir con su trabajo, mientras que el 40% lo primordial son sus clientes.

### 3. ¿En cuál de los siguientes temas le gustaría ser capacitado?

**Tabla 3 Capacitación**

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTRATEGIA	3	60%
MOTIVACION	1	20%
CIEERE DE VETAS	1	20%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

**Gráfico 3 Capacitación**



### Análisis

En términos de capacitación los colaboradores, con un 60% decidió que el mayor tema a recibir fuese las estrategias de ventas, seguido la motivación con un 20% y el 20% en cierre de ventas.

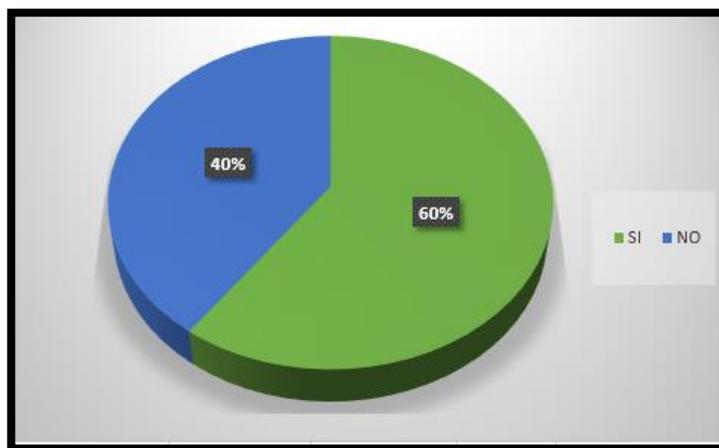
4. ¿Usted cree que la empresa desarrolle estrategias para incrementar sus ventas?

Tabla 4. Estrategias

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	3	60%
NO	2	40%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M.(2021)

Gráfico 4 Estrategias



**Análisis**

Es evidente que la mayor parte de los encuestados con un 60% respondieron que si tiene la empresa estrategias para incrementar sus ventas y seguido con un 40% respondió de una manera negativa.

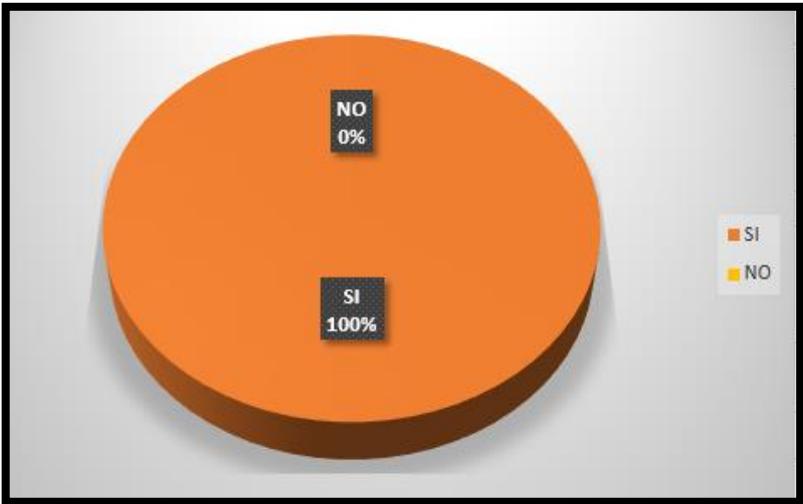
5. ¿Usted cree que la empresa DISFARVETS da la información necesaria a sus clientes sobre los productos que salen al mercado?

Tabla 5 Mercado

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

Gráfico 5 Mercado



**Análisis**

Según el estudio realizado y la encuesta se concluye que un 100%, respondió que la empresa si brinda lo necesario para los productos que comercializa.

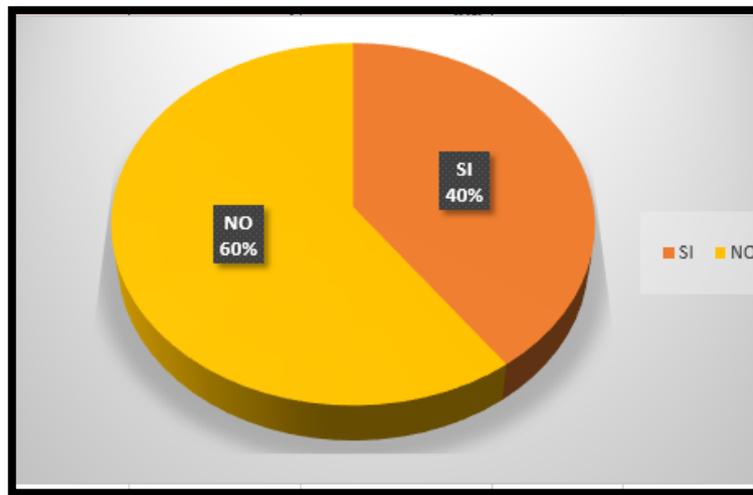
6. ¿Ud conoce todos los productos que ofrece la distribuidora para su respectiva venta?

**Tabla 6. Productos**

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	40%
NO	3	60%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

**Gráfico 6 Productos**



### **Análisis**

Analizando los datos obtenidos, el resultado es que la mayor parte de los encuestados, con un 60% si conoce todos los productos que comercializa la empresa DISFARVETS.

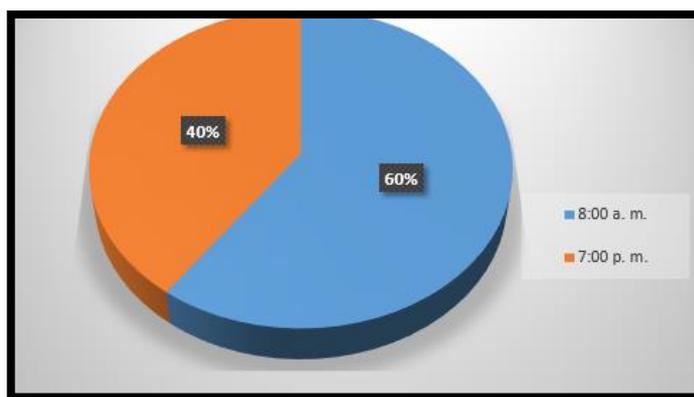
### **7. ¿En qué horario le gustaría ser capacitado?**

**Tabla N 7. Horarios**

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
8:00 a. m.	3	60%
7:00 p. m.	2	40%
TOTAL	5	100%

**Elaborado por:** Ronquillo Bazurto Mayra

**Gráfico N 7 Horarios**



### **Análisis**

Se observa que los encuestados decidieron con un 60% que las capacitaciones tomarían en horario de la mañana, por motivos que la mente se encuentra abierta y están en sus 100%, en cambio con un 40% respondieron que mejor horario de la noche.

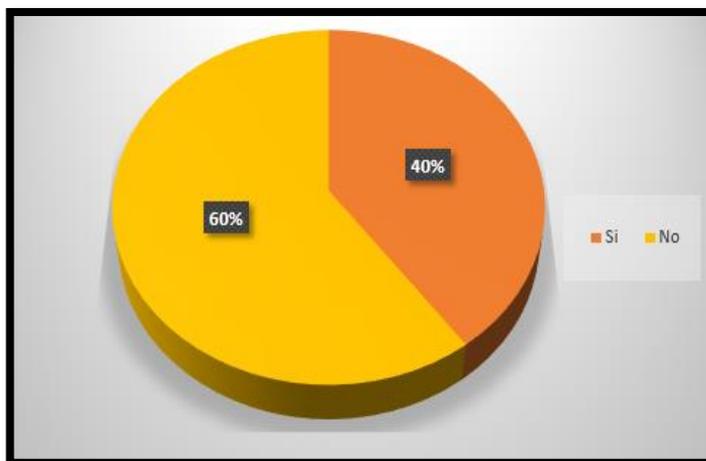
8. ¿Conoce todas las estrategias para atender a los diferentes tipos de clientes?

Tabla N 8. Clientes

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	2	40%
No	3	60%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo Bazurto Mayra

Gráfico 8 Clientes



### Análisis

El 60% de los encuestados opina que, si manejan todas las estrategias para atender a sus clientes, seguido de un 40% que responde de una forma negativa.

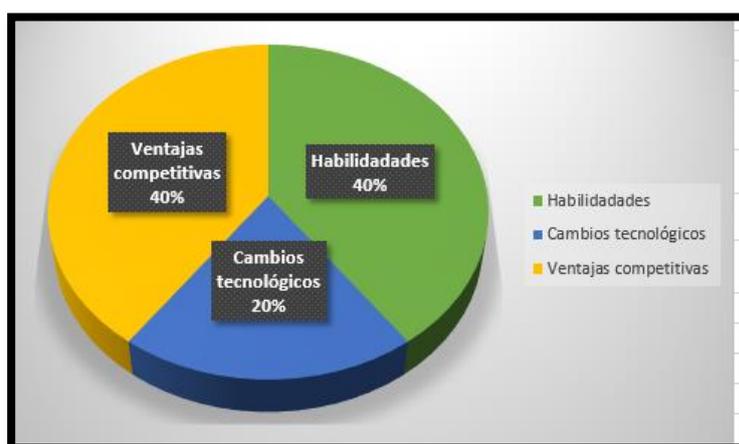
## 9. ¿Crees que tú necesitas capacitación para obtener?

Tabla N° 9. Capacitación

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Habilidades	2	40%
Cambios tecnológicos	1	20%
Ventajas competitivas	2	40%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

Gráfico 9. Capacitación



### Análisis

Según los encuestados están de acuerdo, pero en diferentes categorías que las capacitaciones son para obtener habilidades con un 40% y un 40% es tener ventajas competitivas, seguido de un 20% que son para cambios tecnológicos.

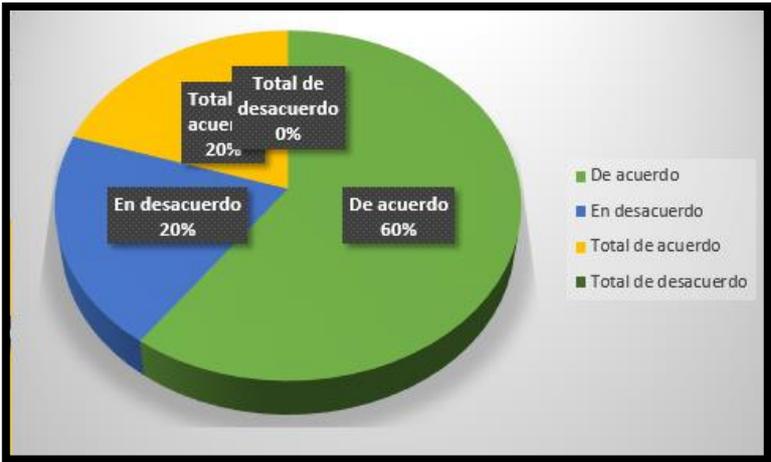
10. Usted está de acuerdo que los productos de la empresa DISFARVETS sean de competencia con otros productos que están posicionados en el mercado?

Tabla 10. Competencias

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
De acuerdo	3	60%
En desacuerdo	1	20%
Total de acuerdo	1	20%
Total de desacuerdo	0	0%
TOTAL	5	100%

Elaborado por: Ronquillo M. (2021)

Gráfico 10. Competencias



**Análisis**

Con un 60% expresan los encuestados que los productos que comercializa la distribuidora si son una gran competencia dentro del mercado ya sea por precio, composición, promociones, calidad entre otros.

## ENTREVISTA

### FORMULARIO

### GERENTE

1. ¿Cómo la empresa DISFARVETS consigue clientes nuevos para llegar a tener volumen de ventas?	Se consiguen a través de referencias comerciales o referencias personales
2. ¿La empresa DISFARVETS está preparada para aumentar su volumen de venta en estos tiempos	Está preparada para incrementar con estrategias con descuentos, mayor promoción en productos y con un desarrollista en cada zona
3. ¿Cree ud que las capacitaciones son importantes para elevar el volumen de ventas?	Si son importantes porque nos ayuda descubrir destrezas, habilidades, y también ayuda aumentar la rentabilidad de la empresa y muchos factores.
4. ¿Qué tipo de estrategias utiliza para fidelizar sus clientes??	Realizando campaña de desparasitación gratuita , en sus establecimiento
5. ¿Cómo te mantienes actualizado sobre el mercado?	Realizando un estudio pequeño sobre que está ofreciendo la competencia, en todos los aspectos siempre estar con un pie adelante porque el mercado tiene muchas exigencias.
6. ¿En su empresa ofrece servicios adicionales?	Si ofrecemos envió de encomienda gratis, publicidad en productos, afiches, camisas, etc.
7. ¿Cómo influye el plan de capacitación para aumentar el volumen de ventas para los colaboradores?	Influye un alto porcentaje porque los ayuda a resolver problemas y tomar decisiones y aumenta su nivel de trabajo

## ANÁLISIS E INTERPRETACIONES

- ✚ El Gerente expresa que solo tiene el método de conseguir sus clientes por medio de referencias no conocen otro método.
- ✚ Si esta consiente que las capacitaciones son importantes, pero al momento no consta con un capital que le pueda ayudar adquirir estos puntos importantes dentro de una empresa.
- ✚ Por el momento sostiene pocas estregias para fidelizar a sus clientes igual le ayuda al mes a llegar un porcentaje promedio a sus de ventas de cada vendedor, aunque no son los valores esperados, pero con las pocas estrategias que conoce hace llegar a sus colaboradores a través de una reunión.
- ✚ El gerente indica que a pesar la situación que estamos pasando si está preparado para aumentar sus ventas, unos de sus puntos principales es que una de sus competencias no está en funcionamiento y esto es positivo porque productos que no estaban rotando han sido reconocido y la demanda ha sido muy fuerte este último mes y mejorando su volumen de promociones.

## **Propuesta de plan de capacitación en técnicas de ventas**

En el presente trabajo, se realizarán una serie de actividades en relación a cada uno de los temas para desarrollar destrezas, habilidades de los vendedores porque en el resultado de la encuesta nos arrojó que el 100% necesita capacitación en diferentes temas que fueron escogidos por su propio conocimiento.

Entre los objetivos principales de la capacitación, para ello se aplica diferentes métodos y técnicas para poder detectar las necesidades existentes y porque no futuras que se pueden presentar dentro de la empresa, analizaremos cada punto de trabajo realizado por los vendedores y luego de esta implementación del plan de capacitación con temas como estrategia de ventas, cierre de venta, conocimiento del producto evaluaremos su desempeño que tanto aprendieron en su curso de formación, para optimizar los recursos al máximo y así mejorar lo esperado que es incrementar su volumen de sus cupos asignados.

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de capacitación del personal de ventas para incrementar el volumen de ventas para la distribuidora veterinaria DISFARVETS

**PROPUESTA**

Plan de capacitación en técnicas de ventas

TEMA	ACTIVIDADES	Responsable	Facilitador	Tiempo	Horario de Actividades	LUGAR		
Como brindar un servicio de calidad	Cruzigramas cruzados	Gerente	CAPACITADOR EXTERNO	Junio-2021	2 A 4 PM	GUAYAQUIL		
Trabajo en equipo	La busqueda del tesoro	Gerente		Julio-2021	2 A 4 PM			
Estrategia de venta	Estudiar la comptencia	Gerente						
Cierre de ventas	Lograr resultado en la venta	Gerente		A g o s t o 2 0 2 1	2 A 4 PM			
Imagen y presentacion	Talleres de expresion	Gerente						
Conocimiento del producto que comercializa	Exposicion tecnico del producto	Gerente			Septiembre -2021		2 A 4 PM	
<b>Elaborado por: Ronquillo,M.(2021)</b>								

PRESUPUESTO		
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO FINAL
PROYECTOR	1	\$ 600,00
MATERIAL DE APOYO	4	\$ 30,00
LOCAL	1	\$ 200,00
PLUMONES	7	\$ 6,00
CAPACITADOR	1	\$ 1.200,00
REFRIGERIO	4	\$ 80,00
CUADERNO	4	\$ 5,00
BEBIDAS	4	\$ 10,00
	26	\$ 2.131,00
Elaborado por: Ronquillo,M.(2021)		

**Actividad 1:** Consiste en escribir en una plantilla una serie de palabras en orden vertical y horizontal que se cruzan entre sí, esto les permitirá a mejorar el léxico del vendedor.

**Actividad 2:** Es un juego dinámico que le permite generar habilidades de colaboración, toma de decisiones, empatía.

**Actividad 3:** Identificar a tus competidores y evaluar sus estrategias para determinar sus fortalezas y debilidades en relación con las de tu propio producto o servicio.

**Actividad 4:** Dentro de esta actividad tendrá que todo lo que ha hablado de su producto haya llegado al cliente y pueda cerrar su venta de forma positiva

**Actividad 5:** Se llevará a cabo como manejar su lenguaje oral, una comunicación para ofrecer un servicio más amplio y contemporánea y cómo se debe presentar frente cliente.

**Actividad 6:** Dentro de esta actividad se dará a conocer los usos y beneficios de cada producto para que pueda transmitir a cada cliente de una forma clara que pueda entender a cada cliente, por ende, muchas veces los clientes si les habla técnicamente no entiende ya que no son médico veterinario y se debe buscar una conversación más clara que le pueda llegar a entender y que él pueda vender a sus clientes los productos ofrecidos.

## CONCLUSIONES

- ❖ Esta investigación se ha diseñado con toda la responsabilidad del caso, en la cual permita contribuir de manera satisfactoria, en la identificación de las causas sumamente importante que ha generado este problema del bajo volumen de ventas de tal manera dando la resolución exacta.
  
- ❖ El jefe y los colaboradores de la empresa DISFARVETS, donde se llevó a cabo esta investigación afirmaron que la capacitación es una de las herramientas principales para fortalecer aún más sus conocimientos, habilidades y destrezas y para estar actos a los cambios que hoy en día se está presentando constantemente.
  
- ❖ El jefe solo tiene métodos de conseguir sus clientes de forma referencial.
  
- ❖ Se debe implementar urgente una capacitación en el tema de las estrategias de ventas.
  
- ❖ Los colaboradores de la empresa DISFRAVETS solo cumplen con su trabajo, mientras que el cuarenta por ciento lo primordial son sus clientes.
  
- ❖ Con la ausencia de una de sus competencias incremento sus ventas en unas de sus líneas

## RECOMENDACIONES

- ✚ Se propone usar nuevas estrategias de venta que favorezcan el crecimiento y el volumen de ventas
- ✚ Que las futuras investigaciones tengan mejor propuestas tomadas desde la actualidad sobre las ventas, tomando en cuenta todas las variables existentes.
- ✚ Aplicar una evaluación previa a los colaboradores que tanto sabe de su producto que ofrece al mercado.
- ✚ Evaluar el aprendizaje con un pequeño examen adquirido después de la capacitación, para ver que tanto aprendieron sobre la información impartida con el fin de mejorar cualquier falencia o duda que tengan.
- ✚ Que al momento de ingresar un colaborador se lo evalué que tanto de nivel de conocimiento posee sobre el mundo de las ventas, estrategias, atención al cliente, cierre de ventas etc.
- ✚ Que todo colaborador obtenga su cupo asignado del mes, se le entregue un presente, con el fin de tenerlos motivados ya que es una buena estrategia para cualquier empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme
- Artal, M. (2017). *Dirección de ventas*. Madrid
- Acosta, S, J, & Guerra (2018) *volumen de ventas*. Mexico
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Montalbán: consejo editorial de la colección de cuadernos metodológicos.
- Billikof, G. (2003) *Capacitación al personal*. California
- Bermúdez, L. (2015). *Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las Pymes*. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XVI (33), 1-25.
- Cabeza de Vergara; Muñoz Santiago, & Alberto Elías (2010) *Cuaderno latinoamericano de administración*. México
- Cabrera, M. (2015). *Implementación de un plan de capacitación virtual para mejorar el desempeño laboral del personal* Quito-Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Calducho, R. (2013). *Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales*. Madrid: universidad complutense
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito
- Chiavenato, I. 8va edición. *Administración de recursos humanos*. México

Colegio de bachilleres. (2015) *Capacitación y desarrollo de recursos humanos*. México.

*Chiavenato, I. (2008) gestión de talento humano. México*

*Chiavenato. (2015). Capacitación empresarial. México*

Escalante, L. (2009) *CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO DE PERSONAL: EL CAMINO AL ÉXITO*. México

Fayol, H. (2017). *Principios de la investigación científica*. Barcelona

Gambetta, M. (2015). *Estrategias de capacitación desarrolladas en un entorno corporativo estatal en Uruguay*.

Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal (4ta Edición ed.)*. México: Editorial Trillas.

Hernández, F. (2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://www.tecnicas de estudio.org/investigación/investigacion23.htm>

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta edición*. México: Interamericana Editores.

Herrera, A. (2020). *Capacitación en la organización*. U. Colombia

Inter sedes. (2015). *CAPACITACIÓN: UNA HERRAMIENTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES*. Costa Rica

Kotler, P, P. (2020). *las siete estrategias de márketing para el siglo XXI*

López Roldan, Pedro & Fachelli, Sandra. (2015) *Metodología de la Investigación*. Barcelona

Lidefer (2018). *Investigación-Acción: Origen, Características y Modelos*. Sevilla

Martinez, E& Martinez. (2009). *Capacitación por competencias*. Bogotá

Navarro, M. (2015). *Técnicas de ventas*. Mexico

- Magdino, O. (1993). *El vendedor más grande del mundo*. Mexico
- Romero, R. (2008). *capacitación al personal*. México
- Rodríguez, B. (2015). *Los beneficios de la capacitación y el desarrollo del personal de las pequeñas empresas*. Bogotá
- Rojas, s-(2018). *capacitación al personal y laboral*. Quetzaltenango
- Shawinni Vijay, Ankita Jain. Rahul klohe.(2016)*Capital humano: un diseño dirente*.EE.UU
- Siliceo,A. (2016).*Capacitacion y desarrollo del personal*.Mexico.
- Torres C, & Oscar D. (2013) *Plan de capacitación para la profesionalización en la fuerza de ventas*. México:  
<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/13005/Tesis%20Torres%20Colunga%20Oscar%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tamayo, M (2003) *El proceso de la investigación científica*. México
- S. J. Taylor y R. Bogdan. (1984,1987, 2000.) *Introducción a los métodos cualitativos*. Barcelona
- Santos, S. (2019). *Volumen de ventas*. Portugal
- Vallejo, L. (2016). *Gestión de talento Humano*. Riobamba

# **ANEXO**

## ENCUESTA INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVARIANO

Ante todo, reciba un cordial saludo, se solicita que nos ayude con esta encuesta que servirá para la investigación del curso APD 31 -32 de la carrera Administración de Empresa del Instituto Tecnológico Bolivariano.

**Objetivo:** Proponer un plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria “DISFARVETS”, en el cantón Guayaquil.

### **Instrucciones:**

Lea cuidadosamente cada pregunta.

Marque con una (x)

Utilice esfero azul o negro

Usted dispone de 25 minutos para responder

**Variable Independiente:** Capacitación al personal de comercialización

## **CUESTIONARIO**

**1. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?**

a) Si

b) No

**2. ¿Qué factor considera más importante en su trabajo?**

a) sueldo    b) los clientes    c) cumplir con su trabajo

**3. En cuál de los siguientes temas le gustaría ser capacitado**

a) estrategia de venta    b) motivación    c) cierre de ventas

**4. ¿Usted cree que la empresa desarrolle estrategias para incrementar sus ventas?**

a) Si

b) No

**5. ¿- Usted cree que la empresa DISFARVETS da la información necesaria a sus clientes sobre los productos que salen al mercado?**

a) Si

b) NO

**6. ¿Ud. conoce todos los productos que ofrece la distribuidora para su respectiva venta?**

a) Si

b) No

**7. ¿En qué horario le gustaría ser capacitado?**

8:00AM

7:00PM

**8. ¿Conoce todas las estrategias para atender a los diferentes tipos de clientes?**

a) Si

b) NO

**9. ¿Crees que tú necesitas capacitación para obtener?**

a) Conocimientos

b) Cambios tecnológicos

c) Ventajas competitivas

**10. ¿Usted de acuerdo que los productos de la empresa DISFARVETS sean de competencia con otros productos que están posesionados en el mercado?**

De acuerdo

En desacuerdo

Total de cuerdo

Total en desacuerdo



**Gracias por su colaboración**

**Mayra Celeste Ronquillo**



## ENTREVISTA

**Fecha:**

### Datos Generales

**Nombres y apellido del entrevistado.....**

**Cargo : .....**

**Entrevistador.....**

**Hora de inicio: .....**

**Hora de termino.....**

**Lugar: .....**

**Variable dependiente:** Volumen de Ventas

**Objetivo:** Obtener información sobre el volumen de ventas en la empresa "DISFARVETS"

## FORMULARIO

**1: ¿Ud como gerente de la empresa DISFARVETS considera que los productos que ofrece al mercado son de calidad y para beneficio de sus clientes?**

---

---

---

**2. ¿Cómo la empresa DISFARVETS consigue clientes nuevos para llegar a tener su volumen de ventas?**

---

---

---

**3. ¿La empresa DISFARVETS está preparada para aumentar su volumen de venta en estos tiempos?**

---

---

---

**4. ¿Cree Ud que las capacitaciones son importantes para elevar el volumen de ventas?**

---

---

---

**5. ¿Qué tipo de estrategias utiliza para fidelizar sus clientes??**

---

---

**6. ¿Cómo te mantienes actualizado sobre tu mercado?**

---

---

**7. ¿En su empresa ofrece servicios adicionales?**

---

---

## **Carta de aceptación**

**Unidad Académica de Educación Comercial, Administrativa y Ciencias.**

**Número de serie de la especie en el SGA:** 22406

**Nombres Apellidos:** Ronquillo Bazurto Mayra Celeste

**Carrera:** Administración de Empresas

**Paralelo:** CPD 20-21

**Jornada:** Matutina

**Celular:** 0989113135

**Correo electrónico:**

[mayrabazurto133@gmail.com](mailto:mayrabazurto133@gmail.com)

**TEMA:** Plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización de la distribuidora de medicina veterinaria “**DISFARVETS**”, en el cantón Guayaquil

### **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

¿Cómo influye la capacitación al personal de comercialización en el incremento del volumen de las ventas en la distribuidora de medicina veterinaria “**DISFARVETS**”, ubicada en el cantón Guayaquil, de la provincia del Guayas, en el año 2021?

**Variable Independiente:** Capacitación al personal de comercialización

**Variable Dependiente:** Volumen de ventas

### **Delimitación del problema**

**Campo:** Administración del Talento Humano

**Área:** Capacitación al personal

**Aspectos:** Incremento económico

## **OBJETIVOS GENERAL**

Estructurar el plan de capacitación en técnicas de ventas al personal de comercialización para el incremento de volúmenes de las ventas de la distribuidora de medicina veterinaria DISFARVETS de la ciudad de Guayaquil

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Sustentar desde la teoría de la Administración del Talento Humano la relación que existe entre la capacitación al personal de comercialización y el volumen de las ventas en las distribuidoras de medicina veterinaria.
- Diagnosticar el nivel de conocimiento en ventas del personal de comercialización de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS, aplicando técnicas e instrumentos de investigación
- Bosquejar el plan de capacitación en técnicas de ventas dirigido al personal de comercialización que propicie el incremento del volumen de las ventas de la distribuidora de medicinas veterinaria DISFARVETS

**Revisado por la Comisión de Culminación de Estudio 25 de febrero del 2021**

## **CARTA DE ACEPTACION**

Guayaquil /20/2018

Mayra Celeste Ronquillo Bazurto

Me es muy grato informarle de la **ACEPTACIÓN** de su candidatura de asistente del Gerente para la empresa **DISFARVETS** a partir del próximo mes de mayo del 2018. Esto gracias a que Ud. presento el perfil que mejor se ajusta a las necesidades de la empresa Disfarvets

Sin más por el momento, quedo de Ud. para cualquier duda o aclaración

Saludos:

Jean Carlos pico

**Gerente de la distribuidora veterinaria**

Tel. 0994083513

Email:

[disfarvert@outlook.com](mailto:disfarvert@outlook.com)



Fto.1 Campaña de desparasitación externa en la Ciudad de Naranjal



Foto. 2 Campaña de desparasitación Externa en la Cantón Durán

### Fto.3 Producto que comercializa la Distribuidora DISFARVETS

