



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

SISTEMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y NEGOCIOS

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS Y
RECURSOS HUMANOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS Y
RECURSOS HUMANOS**

TEMA:

**TEMA: PLAN DE CAPACITACIÓN PARA VENDEDORES BAJO EL SISTEMA
MULTINIVEL DE LA EMPRESA GLOD DE LA CIUDAD DE QUITO**

AUTORA:

KAREN GABRIELA VILLAMAR MÁRQUEZ

DIRECTOR:

ING. MARIO FLORES SALAZAR. MGT.

QUITO – ECUADOR

MAYO 2015

CARTA DE CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación presentado por la señora Karen Gabriela Villamar Márquez, para optar al grado académico de Ingeniera en Administración de Empresas de Servicios y Recursos Humanos, cuyo título es: **PLAN DE CAPACITACIÓN PARA VENDEDORES BAJO EL SISTEMA MULTINIVEL DE LA EMPRESA GLOD DE LA CIUDAD DE QUITO.**

Considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Quito D.M. a los 18 días del mes de mayo de 2015.

Ing. Mario Patricio Flores Salazar MSC.

TUTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Karen Gabriela Villamar Márquez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento y que no he plagiado dicha información.

Karen Gabriela Villamar Márquez

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado a Dios por ser parte fundamental de mi vida, a mi madre del cielo, la Virgencita María, a mis padres aquí en la tierra en especial a mi madre a quien le prometí algún día graduarme, a mi esposo quien está a mi lado en las buenas y en la malas y sobre todo a mis dos hijos Juan Martin de 5 años y él bebe que se encuentra en mi vientre, por quienes he realizado este esfuerzo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios quien nos da la vida y la salud, nuestra y de nuestros familiares sin estos dos factores la vida no sería vida, ya que se puede vivir con dinero, con propiedades, con muchos títulos, con vanidades y lujos, pero si nos hace falta la salud no podríamos disfrutar de nada y si nos falta la vida nos hace falta todo.

Quiero darle mi más sincero agradecimiento a mis padres, a mi padre que con esas manitos sucias y con cicatrices de su profesión de mecánico automotriz de la cual me siento orgullosa, ha brindado a su hogar el pan de cada día y el estudio a sus hijos gracias papi por tanto esfuerzo, a mi madre a quien calificó como perfecta por ser abnegada, paciente, humilde y sabia sin su ayuda y consejos nos sería quien ahora soy, gracias por ayudarme con el cuidado de mis hijos no hay nadie más con quien los dejaría y sentiría tanta seguridad cuando voy a trabajar.

Agradezco a mi esposo David, te cruzaste en mi vida como una bendición, gracias por darme tu apoyo incondicional a todo momento te amo.

Agradezco de manera muy especial a mi director de tesis Mgt. Mario Flores quien ha sabido guiarme con paciencia y comprensión desde el inicio hasta la culminación de esta tesis usted será una persona que jamás olvidare en mi vida y a quien le tengo un profundo respeto y agradecimiento.

A todos los amigos y familiares que han sido parte de mi historia de vida muchas gracias.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Certificación del Director	ii
Declaración juramentada del autor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice general de contenidos	vi
Índice de tablas y figuras	ix
Resumen ejecutivo	xi
Capítulo I – Introducción	1
1.1.El problema de investigación	1
1.1.1. Problema a investigar	1
1.1.2. Objeto de estudio teórico	1
1.1.3. Objeto de estudio práctico	1
1.1.4. Planteamiento del problema	1
1.1.4.1.Diagnóstico	2
1.1.4.2.Pronóstico	3
1.1.4.3.Control de pronóstico	3
1.1.5. Formulación del problema	4
1.1.6. Sistematización del problema	4
1.1.7. Objetivo general	4
1.1.8. Objetivos específicos	5
1.1.9. Justificación	5
1.2.Marco Referencial	6
1.2.1. Marco Teórico	7
1.2.1.1.Sistema de ventas multinivel	7
1.2.1.2.Capacitación	7
1.2.1.3.Objetivos de la capacitación	8
1.2.1.4.Funciones de la capacitación	8
1.2.1.5.Tipos de capacitación	9
1.2.1.6.Métodos de capacitación	10
1.2.1.7.Beneficios de la capacitación	10
1.2.1.8.Detección de las necesidades de capacitación	10

1.2.1.9. Evaluación de las necesidades de capacitación	10
1.2.1.10. Herramientas para evaluar las necesidades de capacitación	11
1.2.1.11. Programa de capacitación	12
1.2.1.12. Plan de capacitación	13
1.2.1.13. Proceso de capacitación	16
1.2.2. Marco conceptual	17
CAPÍTULO II – Método	19
2.1. Metodología general	19
2.1.1. Nivel de estudio	19
2.1.2. Modalidad de investigación	20
2.1.3. Método	20
2.1.4. Población y muestra	21
2.1.4.1. Población	21
2.1.4.2. Muestra	21
2.1.5. Selección de instrumentos de investigación	22
2.1.6. Procesamiento de datos	23
CAPÍTULO III – RESULTADOS	25
3.1 Recolección y tratamiento de datos	25
3.1.1 Encuesta a los vendedores de la empresa GLOD	25
3.1.1.1 Objetivo general	25
3.1.1.2 Objetivos específicos	25
3.1.2 Resultado de la encuesta aplicada a los vendedores de la empresa GLOD	26
3.1.3 La empresa GLOD	36
3.1.3.1 Fortalezas de la empresa	37
3.1.3.2 Debilidades de la empresa	37
3.1.3.3 Oportunidades de la empresa	37
3.1.3.4 Amenazas de la empresa	37
3.1.4 Diagnóstico de la capacitación en la empresa GLOD	38
3.1.5 Temas de eventos de capacitación y horarios de los mismos	39
3.2 Presentación y análisis de resultados	40
3.2.1 Plan de capacitación	40
3.2.1.1 Presentación	40

3.2.1.2 Empresa GLOD	41
3.2.1.3 Justificación de capacitación	41
3.2.1.4. Alcance de la capacitación	42
3.2.1.5 Objetivos del plan de capacitación	42
3.2.1.5.1 Objetivo general	42
3.2.1.5.1 Objetivos específicos	42
3.2.1.6 Recursos dentro del plan de capacitación	43
3.2.1.7. Financiamiento	43
3.2.1.8. Presupuesto	44
3.2.1.9. Cronograma	44
3.2.2 Eventos de capacitación	45
3.3 Número de eventos de capacitación y horas de cada uno	54
3.4 Propuesta de formularios	54
3.5 Evaluación posterior	56
CAPÍTULO IV – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
4.1. Conclusiones	57
4.2. Recomendaciones	58
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	60

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Tipos de capacitación	9
Tabla 1.2. Estructura de la propuesta de programa de capacitación	14
Tabla 2.1. Vendedores de la empresa GLOD	21
Tabla 2.2. Selección de instrumentos de investigación	23
Tabla 3.1. Presupuesto para la elaboración del trabajo de titulación	25
Tabla 4.1. Género	26
Tabla 4.2. Edad	27
Tabla 4.3. Nivel de estudios	28
Tabla 4.4. Capacitación	29

Tabla 4.5. Ayuda de recursos	30
Tabla 4.6. Conocimiento del plan de capacitación	31
Tabla 4.7. Capacitación en GLOD	32
Tabla 4.8. Temas de capacitación	33
Tabla 4.9. Horario de capacitación	35
Tabla 5.1. Presupuesto de capacitación	44
Tabla 5.2. Cronograma de capacitación	44
Tabla 5.3. Costo de evento 01	47
Tabla 5.4. Costo de evento 02	50
Tabla 5.5. Costo de evento 03	54
Tabla 5.6. Número de eventos y horas de capacitación a dictarse	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Matriz de causa y efecto	2
Figura 1.2. Objetivos de capacitación	8
Figura 1.3. Método tradicional de capacitación	10
Figura 1.4. Herramientas para evaluar la capacitación	12
Figura 1.5. Evaluación de programas de capacitación	16
Figura 4.1. Género	26
Figura 4.2. Edad	27
Figura 4.3. Nivel de estudios	28
Figura 4.4. Capacitación	29
Figura 4.5. Ayuda de recursos	30
Figura 4.6. Conocimiento del plan de capacitación	31
Figura 4.7. Capacitación en GLOD	32
Figura 4.8. Temas de capacitación	33
Figura 4.9. Horario de capacitación	35

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa GLOD es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de prendas de vestir que trabaja con vendedores bajo el sistema de ventas multinivel.

El sistema de ventas multinivel es un sistema aplicado a las ventas por catálogo donde los vendedores llevan de la empresa el catálogo de los productos que ésta vende y ofrece estos productos a las personas que escogen y luego el propio vendedor entrega el producto. Entre más vendedores se incluyan se va formando un sistema por niveles, cada nivel tiene un sistema de recompensas de pago que ofrece la empresa.

Los vendedores acogidos a este sistema no forman parte de la empresa, y en su mayoría son gente que necesita de horarios flexibles para trabajar y ganar réditos económicos, como son las amas de casa.

En la empresa GLOD no existe un departamento de recursos humanos ni un plan de capacitación para aplicar a los vendedores acogidos bajo el sistema multinivel, pese a que los ingresos de la empresa dependen de las ventas que realicen los mencionados vendedores. El presente trabajo de titulación busca detectar cuáles son las necesidades de capacitación que tienen los vendedores de la empresa GLOD a través de la realización de encuestas que permitan saber los temas de capacitación más importantes para desarrollar un plan de capacitación.

El plan de capacitación para los vendedores de la empresa GLOD está desarrollado de acuerdo a los resultados de la encuesta y dividido por eventos de capacitación, que cuenta con un tema, un contenido, un cronograma, un presupuesto, una forma de inscripción y un método de evaluación.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones en base al trabajo de investigación realizado.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Problema a investigar

Inexistencia de un plan de capacitación a vendedores bajo el sistema multinivel de la Empresa Glod, de la ciudad de Quito.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

El objeto de estudio teórico tiene que ver con un plan de capacitación, en el Departamento Recursos Humanos de la empresa Glod, área en el cual se debe reforzar puesto que existe la posibilidad de abarcar una parte más del mercado por dicha empresa.

1.1.3 Objeto de estudio práctico

El objeto de estudio práctico para el presente trabajo de investigación será la Empresa Glod de la ciudad de Quito.

1.1.4 Planteamiento del problema

Las tendencias administrativas en los últimos años se han incursionado hacia la creación de una cultura de servicios con la utilización de enfoques gerenciales que proporcionan métodos y herramientas para brindarle una transformación a la organización con la aplicación de las técnicas debidas de atención al cliente, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad dirigiéndolo hacía la excelencia.

La empresa “Glod” presenta problemas en la actualidad en cuanto a capacitación se refiere, tal es el caso que en los colaboradores de la empresa no cuentan con conocimientos en temas como es de “Atención al cliente”.

Se ha detectado que en “Glod”, existe diversas deficiencias tal es el caso de:

- Información del producto o servicio mal difundida
- Actitud negativa de los colaboradores
- Ausencia de comunicación
- No atienden oportunamente las quejas
- No existe en los vendedores capacitación del producto
- La razón de ser de la empresa no se orienta a las vendedoras

“Glod” tiene mucha relación con la confianza que pueda tener el colaborador tanto en la parte física como en la parte emocional, por eso es importante tenerlo motivado a las vendedoras con un sistema de capacitación constante ya que de esto depende la complejidad de mantener buenas relaciones humanas con los clientes externos.

1.1.4.1 Diagnóstico

A continuación se presentará de manera detallada cuales son las causas y efectos del problema:

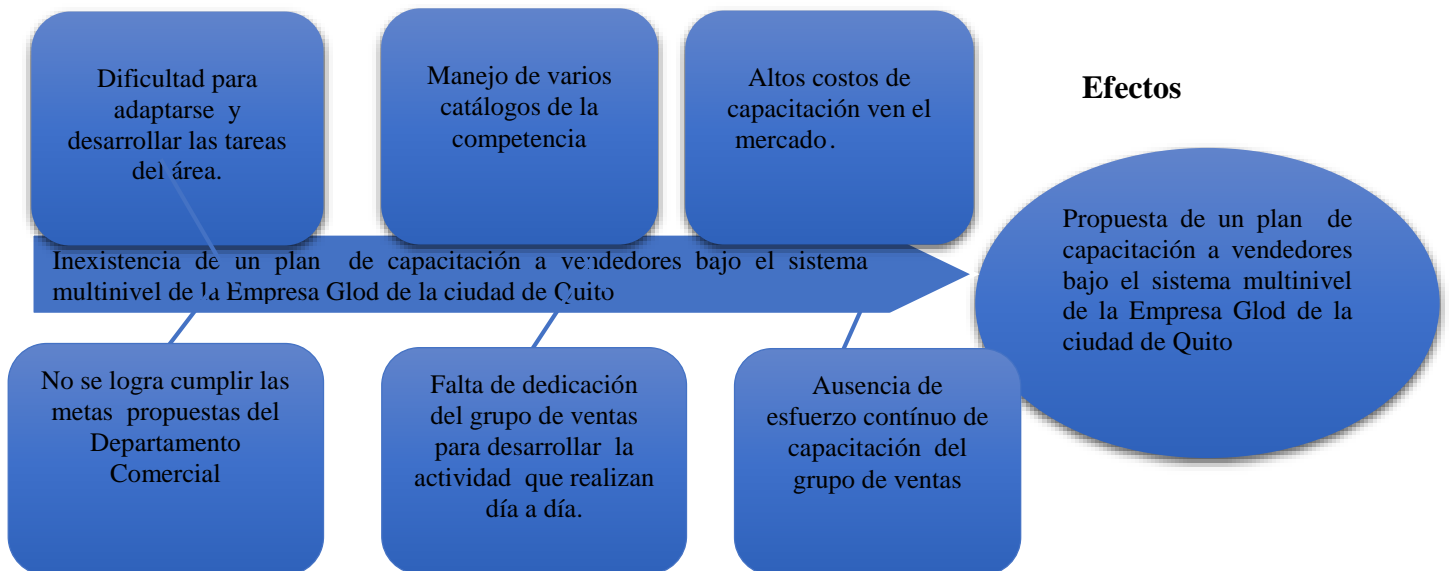


Figura 1.1 Matriz de causa y efecto
Fuente: Empresa glod

1.1.4.2 Pronóstico

La capacitación de personal es de gran importancia dentro de las empresas ya que de este depende en gran parte el rendimiento de los colaboradores, teniendo como resultado poca contribución y respuesta positiva ante las necesidades de la empresa lo que con lleva al no tener competitividad en las empresas.

Por tal circunstancia Glod si no pone a la práctica dicho manual, puede llegar a perder su competitividad e innovación en el mercado al momento de presentar sus servicios de calidad para ofertar las prendas de vestir, esto hace que llegue a debilitarse gravemente en el mercado meta.

1.1.4.3 Control del pronóstico

“Glod” considera que lo más importante es el capital humano, es por ello que este factor se debe tomar en cuenta con la debida importancia para aumentar sus capacidades, elevar sus aptitudes hasta el punto que se sientan conformes con lo que realizan.

Es por esto que se ha planteado la elaboración de una “Propuesta de un plan de capacitación a vendedores bajo el sistema multinivel de la Empresa Glod, de la ciudad de Quito”, tenga mejoramiento continuo de las actividades laborales, implementando formas óptimas de trabajo, en este sentido, el plan va dirigido al perfeccionamiento técnico y teórico del colaborador; para que el desempeño sea más eficiente en funciones de los objetivos de la empresa. Con el presente se busca producir resultados laborales de calidad, de excelencia en el servicio; por otra parte, prever y solucionar problemas potenciales dentro de la empresa Glod.

Situación que favorecería a la empresa ya que mejoran las ventas, puede llegar a ganar participación de mercado, logrando consolidar su presencia en el largo plazo. Ya que la formación del capital humano se ha convertido en un sistema totalmente dinámico, capaz de ayudar a los colaboradores a adaptarse y ser flexibles al continuo cambio al que están sujetos, además se plantea la necesidad de identificar todos los procesos que abarca el proceso de aprendizaje y cómo va a efectuarse éste a las personas.

Es importante que la empresa Glod tome en cuenta a todos los participantes en el proceso de capacitación, ya que ésta será la mejor manera de establecer las necesidades reales de los individuos y de la organización evitando así que los recursos sean desperdiciados innecesariamente.

1.1.5 Formulación del problema

¿Es posible que con “El plan de capacitación a vendedores bajo el sistema multinivel de la Empresa Glod, de la ciudad de Quito”, se mejore el rendimiento y la participación de todos los vendedores de dicha empresa?

1.1.6 Sistematización del problema

- a. ¿Conoce la empresa cuáles son las necesidades de capacitación de las vendedoras bajo el sistema multinivel?
- b. ¿Existen políticas y estrategias de información para mejorar la comunicación y servicio de la empresa Glod?
- c. ¿Cuenta la empresa Glod con un plan de capacitación para sus vendedores bajo el sistema multinivel?

1.1.7 Objetivo general

Elaborar un plan de capacitación para el personal de la Empresa Glod que trabaja bajo el sistema de ventas multinivel para la adquisición y desarrollo de las competencias que requiere el perfil del puesto.

1.1.8 Objetivos específicos

OE1. Desarrollar un diagnóstico de la empresa para determinar las necesidades de capacitación de las vendedoras con respecto a sus clientes.

OE2. Desarrollar políticas y estrategias de información para mejorar la comunicación y el servicio

OE3. Elaborar una propuesta “plan de capacitación por competencias a vendedores bajo el sistema multinivel de la Empresa Glod, de la ciudad de Quito”, para mejorar la calidad del servicio al cliente.

1.1.9 Justificación

El servicio al cliente es indispensable dentro de una empresa con miras en permanecer y crecer en el mercado. Por tal circunstancia se ve la necesidad de crear un plan de capacitación para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa “Glod”.

La necesidad de mejorar el servicio al cliente en la empresa “Glod” se da ya que existen reclamos por parte de los clientes, que no se está brindando un adecuado servicio, esto hace que exista una reducción de competitividad de la empresa dentro del mercado.

Es por esto que se genera la propuesta del plan de capacitación con el objetivo de mejorar la calidad del servicio al cliente para lo cual se deberá renovar aquellos aspectos que influyen a que la atención sea ineficiente.

Con la implementación de la presente propuesta “plan de capacitación por competencias a vendedores bajo el sistema multinivel de la Empresa Glod, de la ciudad de Quito, se pretende generar una serie de beneficios tal es el caso de:

Mejorar la atención al cliente ya que es un verdadero reto puesto que es difícil satisfacer las necesidades de los clientes, sin embargo con la implementación de un plan de capacitación que brinde una nueva visión de lo que el cliente espera recibir se lograra cumplir mejor los objetivos empresariales.

Implementación de técnicas de servicio al cliente para las vendedoras, mejorando el conocimiento, destrezas y habilidades para lograr una venta efectiva, logrando así una satisfacción a sus supervisoras y cumplimiento con las metas empresariales.

1.2 Marco referencial

A medida que los países adoptan el modelo de desarrollo basado en la globalización, la apertura y la incorporación de nuevas tecnologías y formas de organización del trabajo, la capacitación de los recursos humanos adquiere un carácter diferente, de instrumento tradicional de política hacia el mercado laboral se construye en una variable estratégica fundamental, por su importante incidencia en la productividad y competitividad, que son ahora determinantes del crecimiento, el empleo y los salarios.

El mundo del trabajo se está organizando de modos poco conocidos y está originando procesos de complejidad creciente que exigen de los hombres y mujeres que quieran integrarse al trabajo, otras competencias.

Por lo tanto es necesario que los países en general y el Ecuador, en particular adopten sistemas de monitoreo del mercado laboral a fin de disponer herramientas que entreguen los insumos, para planificar, ejecutar y evaluar acciones de capacitación íntimamente ligadas a las demandas sociales.

El Ecuador existe una diversidad de oferentes de capacitación tanto a nivel privado como a nivel público que están amparados por cuatro grandes organizaciones que son: **1)** Secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional, (SETEC), **2)** El Ministerio de Educación (ME), **3)** El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y **4)** La Junta Nacional de Defensa del artesano

Suman en total 4934 entes de capacitación distribuidos en todo el país, que son catalogados como centros de capacitación, centros artesanales, colegios técnicos, e institutos técnicos y tecnológicos. Se desarrollan programas formativos de diferente contextura y contenido, en las más variadas áreas del que hacer productivo, artesanal y de los servicios.

1.2.1 Marco teórico

1.2.1.1 Sistema de ventas multinivel

El sistema multinivel es un instrumento de autoempleo que genera ganancias en mayor proporción conforme al crecimiento de la pirámide organizacional.

El nombre de multinivel lo recibe debido a los efectos de la labor de una persona se multiplican explosivamente y le benefician en varios niveles o generaciones de compradores.

Si una persona inscribe en el negocio a otros vendedores y éstos saben la forma en que funciona el sistema, cada uno inscribirá a nuevos vendedores para convertirse en un nuevo nivel. El sistema para que incremente los niveles debe ofrecer un sistema de compensación o un programa de recompensas por cada nivel que genere un vendedor.

Generalmente, las personas que se dedican a vender bajo el sistema multinivel, son hombres o mujeres que necesitan de un horario a su disposición, en su mayoría son amas de casa que buscan obtener ingresos económicos para su hogar bajo un horario adaptable a sus necesidades personales.

El éxito del sistema multinivel está en que se incluyan a nuevos vendedores y que los productos ofrecidos a través de catálogos sean de excelente calidad, así como el programa de recompensas ofrecido.

1.2.1.2 Capacitación

La capacitación “es el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos de la organización (...)”, [la finalidad] de la capacitación es influir en los comportamientos de los individuos para aumentar su productividad en su trabajo. Según Chiavenato I., (2009, pág. 371).

La capacitación es el proceso de enseñar a los nuevos colaboradores las destrezas básicas que necesita para desempeñar su trabajo.

1.2.1.3 Objetivos de la capacitación

Los principales objetivos de la capacitación son:



Figura No. 1.2 Objetivos de capacitación
Fuente: Tomado de: Bohlander G., (2013)

1.2.1.4 Funciones de la capacitación

La capacitación cumple cuatro funciones principales:

- ✓ **“Transmisión de información.-** Según Chiavenato I. (2009, pág. 376) *“Aumenta el conocimiento de las personas”*, (Esto es cuanto a la organización producto/servicios, políticas y clientes se refiere)
- ✓ **Desarrollo de habilidades.-** Según Chiavenato I. (2009, pág. 376) *“Mejorara las habilidades y destrezas”*, en la ejecución y la operación de las tareas (...)
- ✓ **“Desarrollo actitudes.-** *“Desarrollar y modificar comportamientos”*, Según Chiavenato I. (2009, pág. 376), (aquí esta los cambios de actitudes favorables) de

concienciación y sensibilización de la personas, (como es el caso de clientes internos y externos)

- ✓ **Desarrollo de conceptos.**- *“Eleva el nivel de abstracción”*, Según Chiavenato I. (2009, pág. 376), Desplegar ideas y conceptos para ayudar a las personas)

1.2.1.5 Tipos de capacitación

Los principales tipos de capacitación que proporcionan las empresas son las siguientes según Bohlander G (2013):

Tabla No. 1.1 - Tipos de capacitación

Destrezas interpersonales	Técnica	Empresarial	Obligatoria	Gestión de desempeño	Solución de problemas
Incluye liderazgo, entrenamiento, destrezas de comunicación, servicio al cliente otras destrezas interpersonales.	Capacitación y conocimiento de productos, procesos de ventas, necesarias para realizar un trabajo en particular.	Finanzas, marketing, optimización, de procesos, calidad, planeación estratégica.	Seguridad, salud, y otras disposiciones legales	Cualquier capacitación que ayude a mejorar su desempeño laboral.	Definición de problemas, evaluación de las causas, creatividad en el desarrollo de alternativas, análisis de alternativas, selección de soluciones

Fuente: Tomado de: Bohlander G., (2013).

Elaborado por: Karen Villamar

1.2.1.6. Métodos de capacitación

Según Robbins C (2005) los métodos de capacitación son los siguientes

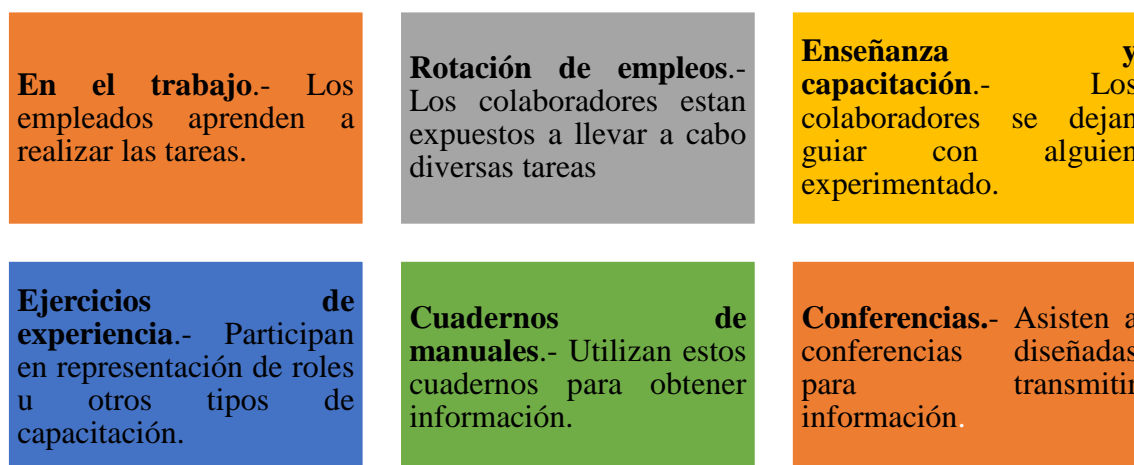


Figura No. 1.3 Método tradicional de capacitación

Fuente: Tomado de: Robbins C., (2005). Administración. México: Editorial Pearson.

1.2.1.7. Beneficios de la capacitación

La capacitación beneficia a las empresas en los siguientes aspectos:

- ✓ Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas.
- ✓ Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ✓ Promueve el desarrollo con vistas a la promoción
- ✓ Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- ✓ Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- ✓ Ayuda a mantener bajos los costos.
- ✓ Elimina los costos de recurrir a consultores externos.

1.2.1.8. Detección de la necesidades de capacitación

Según Mendoza, F (2005, pág. 31) “La detección de necesidades de capacitación es la cooperación y compromiso de todos los involucrados con el proceso que busca generar o modificar el comportamiento de los colaboradores de la empresa”

La detección de necesidades de capacitación proporciona la información necesaria para seleccionar nuevos eventos que la empresa requiere, se identifica los tipos de capacitación que son requeridos por la empresa

1.2.1.9. Evaluación de necesidades de capacitación

La capacitación es necesaria cuando un colaborador carece del conocimiento que se requiere para que realice su trabajo actual o uno nuevo como consecuencia de un ascenso. La evaluación del desempeño se puede enfocar en el puesto que ocupa la persona o en las competencias que aporta a la empresa para contribuir al éxito de ésta.

1.2.1.10. Herramientas para evaluar las necesidades de capacitación

Según Robbins C. (2005, pág. 101) *“para evaluar las necesidades de capacitación existen dos tipos:*

- *Para la capacitación básica del nuevo equipo, se debe utilizar la descripción del cargo o analizar las tareas*
- *y otra para fortalecer las habilidades de los colaboradores existentes, para determinar los contenidos educativos correctos en la capacitación inicial”*

Hay que entrevistas a los colaboradores, realizar encuestas a clientes para identificar las áreas que requieren incluirse en la capacitación. Se puede utilizar una variedad de métodos en este análisis.



Análisis de la descripción del cargo y planes de trabajo.- Revisar la descripción de funciones para cada cargo



Análisis de tareas.- Hay que elaborar una lista de todas las tareas grandes y pequeñas que una persona efectúa durante su trabajo y escribir en detalle todas las actividades.



Supervisión y observación en el trabajo.- Hay que saber detectar quien no entiende completamente una tarea, o la desempeña incorrecta.



Encuesta al personal.- Mediante entrevistas o a través de encuestas que determinen con precisión diferentes tipos de necesidades.

Figura No. 1.4 Herramientas para evaluar la capacitación

Fuente: Tomado de: Robbins C., (2005).

1.2.1.11. Programa de capacitación

“El programa de capacitación consiste en preparar el proyecto o programa de capacitación, es una experiencia de aprendizaje porque busca un cambio relativamente permanente en el colaborador que mejorará su capacidad para desempeñarse en un puesto de trabajo”. Según Idalberto Ch. (2009) Gestión del Talento Humano. México. Mc Graw Hill.

Los programas de capacitación están orientados hacia el presente, se centran en los puestos de trabajo actuales de los individuos, estimulando habilidades y capacidades específicas para desempeñar inmediatamente su trabajo, es decir una persona que ingresa al mercado de trabajo durante su último año de universidad, aun así necesitará las políticas y costumbres de la empresa.

Con la capacitación se trata de ayudar a los colaboradores a aprender, es fundamental para el éxito de toda persona y le va a servir a lo largo de su vida profesional.

1.2.1.12. Plan de capacitación

- ✓ **“Diagnóstico.-** *Consiste en realizar un inventario de las necesidades de capacitación que deben ser atendidas o satisfechas. Las necesidades pueden ser pasadas, presentes o futuras.*
- ✓ **Diseño.-** *Consiste en preparar el proyecto o programa de capacitación para atender las necesidades diagnosticadas.*
- ✓ **Implantación.-** *Es ejecutar y dirigir el programa de capacitación.*
- ✓ **Evaluación.-** *Consiste en revisar los resultados obtenidos con la capacitación”.*
Según Chiavenato I., (2009, pág. 371).

a) Identificación de requerimientos de capacitación

El programa de capacitación necesita especificar adecuadamente sus objetivos, [donde el personal experimentado debe recordar lo que se tiene que hacer]; y para el personal nuevo debe tener un carácter introductorio y didáctico.

“En este punto se debe presentar atención, tanto a las necesidades del individuo como los requerimientos para capacitación en un procedimiento en particular” [el aprendizaje es una actividad de toda la vida], (...) el administrador de personal debe asegurarse que cada miembro del personal cuenta con la capacitación y apoyo necesario para ejecutar las tareas encomendadas (...). Según Dessler Gary (2001, pág. 98).

Es importante que en las organizaciones se realice cada año entrevistas y una rigurosa evaluación sobre el desempeño de los colaboradores de planta, para esto es importante tomar en cuenta las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del personal?
- ¿Qué están haciendo bien o mal?
- ¿Qué clase de habilidades poseen y cuáles otras les gustaría desarrollar?

El proceso de evaluación debe identificar todas las necesidades de capacitación, incluyendo tanto las áreas como aquellas que no lo son, y luego jerarquizarlas y establecer un programa para atender las carencias o limitaciones identificadas.

b) Estructura de la propuesta de programa de capacitación

La propuesta de un programa de capacitación debe ser clara y organizada como se presenta a continuación:

Tabla 1.2:

Estructura de la propuesta de programa de capacitación

Descripción general del Programa de Capacitación	Se presenta una introducción o vista panorámica acerca de lo que comprende el programa.
Objetivos	Enunciarlos claramente.
Contenidos	Conjunto de temas que forman parte del programa de capacitación y que es usado como la materia prima para los aprendizajes planteados.
Metodología	Es la concepción integral del proceso por medio del cual se pretende capacitar con el perfil establecido
Actividades de aprendizaje	Acciones planteadas que forman parte del quehacer cotidiano en el marco del proceso de capacitación.
Evaluación	Elemento que constituye el proceso amplio mediante el cual se puede percibir el logro de los objetivos propuestos.
Cronograma	Descripción clara que distribuye los objetivos, los contenidos, las actividades de aprendizaje
Presupuesto	Refleja la inversión necesaria para llevar a cabo un programa.
Perfil del docente	Información sobre el docente a cargo del programa de capacitación.

Fuente: Tomado de Federov, Andrei; “Cómo programar un curso, 2003.

Elaborado por: Karen Villamar

c) Materiales escritos para los programas de capacitación

Los materiales que se utilizan para los programas de capacitación, deben ser cortos sencillos e interesantes, utilizando material visual, dando énfasis en los puntos de mayor importancia, ya que los documentos extensos requieren de mayor tiempo para ser leídos, [además se debe conseguir material de apoyo para realizar ejercicios de simulación], (...) *“es decir que mientras más concisa sea la información para la capacitación se obtendrá mejores resultados (...)”*.

Según Federov A. (2003, pág. 41) *“Las sesiones cortas brindan mayores oportunidades para plantear dudas y enfocar problemas específicos y resultan más interesantes para los participantes, y a la vez resultan más efectivas”*

La capacitación puede ser costosa pero la ausencia de ella puede serlo aún más. Es factible emprender programas de capacitación, acompañado de un manual de capacitación de aceptable calidad. Inicialmente se capacita a un pequeño grupo y estos a su vez transmiten la capacitación a otro grupo y así sucesivamente.

d) Ejecución del programa de capacitación

Según Bohlander G., (2013), la ejecución del programa de capacitación *“es la tercera etapa del proceso, existe una sofisticada gama de tecnologías para la capacitación también existe varias técnicas para transmitir la información necesaria y para desarrollar las habilidades requeridas en el programa de capacitación”*

e) Evaluación de los programas de capacitación

La capacitación debe evaluarse en términos de que tanto han aprendido los participantes, si están utilizando sus nuevas habilidades en la empresa y si el programa alcanzó los resultados deseados, a fin de que permita reducir los movimientos de personal, [cambio de conductas y resultados esperados], (...) *“esto es poner en práctica los conocimientos obtenidos en la capacitación recibida (...)”*

Se puede utilizar tres métodos para evaluar los programas de capacitación.-

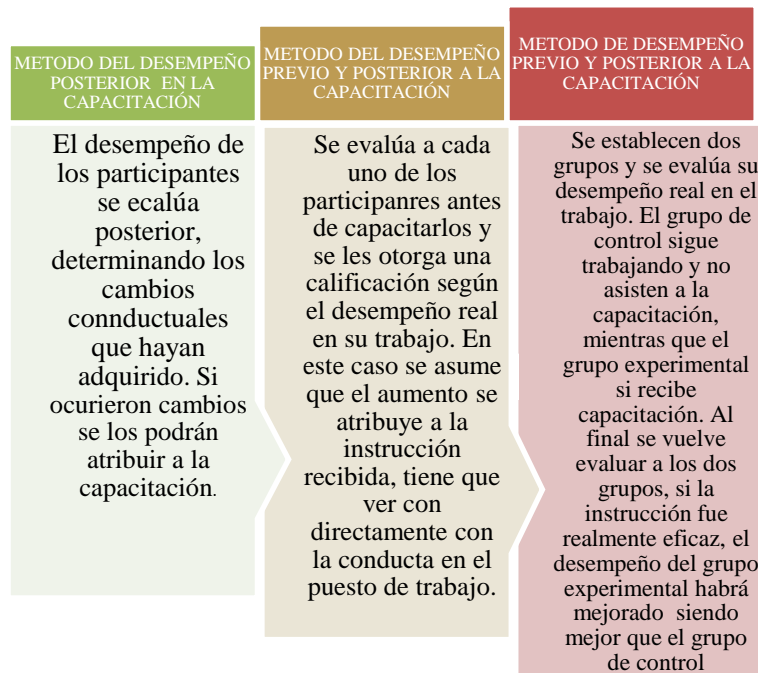


Figura No. 1.5: Evaluación de los programas de capacitación
Fuente: Tomado de: David A, (2001). Administración de Recursos Humanos. México. Editorial Limusa

1.2.1.13. Proceso de capacitación

Constituida y registrada la comisión mixta, se procede a la estructuración del plan y programas de capacitación con base en los resultados obtenidos del diagnóstico de necesidades.

Constituyen en si el conjunto de acciones sistematizadas para orientar el proceso capacitador en un centro laboral o conjunto de ellos

El plan permite tener una visión general acerca de lo que se desea realizar, por lo que considera:

- Datos generales de la organización
- Puestos de trabajo que involucra
- Número de trabajadores que serán capacitados

- Periodo de tiempo en que será desarrollado
- Prioridades de atención
- Eventos a realizar

Los programas como parte sustancial del plan son la descripción detallada de un conjunto de actividades de instrucción – aprendizajes tendientes a satisfacer las necesidades de capacitación de los trabajadores y que pueden estar constituidos por temas, subtemas y/o módulos.

a) Elementos de un programa de capacitación

Los elementos que forman parte de un programa de capacitación son los siguientes:

- Relación de eventos a impartir por puesto de trabajo.
- Objetivos terminales e intermedios que especifiquen el cambio de conductas a modificar en los trabajadores.
- Contenido temático del evento.
- Técnicas grupales e institucionales que facilitaran el proceso instrucción aprendizaje.
- Los recursos didácticos que apoyaran y facilitaran la asimilación de conocimientos a los participantes.
- Recursos financieros y materiales requeridos para efectuar acciones.
- Duración total en horas de cada uno de los eventos que se programen.
- El instructor y/o institución capacitadora responsable de los eventos previstos.

1.2.2 Marco Conceptual

- **Encuesta.-** *“La encuesta es una técnica basada en entrevistas, a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios, que mediante preguntas, efectuadas en forma personal, telefónica, o correo, permiten indagar opiniones, costumbres, hábitos, gustos, conocimientos”.*
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html [consultadoel24defebrerodel2014].

- **Programación Neurolingüística.-** La Programación Neurolingüística (PNL) *“es un conjunto de métodos y técnicas que permiten a las personas conseguir sus objetivos en diferentes campos de una manera rápida y eficaz. Muestra cómo se hace que estrategias internas sigan para estar tristes, alegres, deprimidos, eufóricos, motivados”*. <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/8499-definicion-de-programacion-neurolinguistica-de-la-asociacion-espanola-de-pnl.html>. [consultado el 21 de junio del 2014]
- **Servicio al cliente.-** *“Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo, es una potente herramienta de marketing”*.
http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf[consultado el 21 de junio del 2014]

CAPÍTULO II

MÉTODO

2.1 Metodología general

2.1.1 Nivel de estudio

Según Salkind (2008, Pág. 12), “los tipos de investigación que existe para emplear en el desarrollo de esta investigación son los siguientes”:

- ✓ **Exploratoria.**- *La investigación será de tipo experimental al inicio y cuando se está identificando los elementos, las variables que se interrelacionarán en esta propuesta. ´
Para el presente trabajo de titulación, la experimentación se la realizará a través de las encuestas que permitirán conocer el estado actual de la empresa en cuanto a capacitación y qué temas son los que necesitan los vendedores para el incremento de las ventas.*

- ✓ **Descriptiva.**- *Una vez identificado sus elementos y variables se procedió a conocer sus características y/o particularidades que se presentan y que influyen en la propuesta en el momento de su interrelación.
La descripción se la aplicará en el desarrollo del plan de capacitación, por tanto, al momento de conocer las preferencias de capacitación de los vendedores de la empresa GLOD se elaborará un plan de capacitación utilizando la técnica descriptiva.*

- ✓ **Correlacional explicativa.**- *Una vez que se socializó la investigación de campo se llegó a establecer el comportamiento que tienen ese elemento variable de la propuesta, la cual permitió llegar a determinar conclusiones individuales y generales
De acuerdo al plan de capacitación a elaborar por la empresa GLOD se podrá conocer qué temas de capacitación serán necesarios para los vendedores para el incremento de sus ventas.*

2.1.2 Modalidad de investigación

La presente investigación será de campo y documental

2.1.2.1 De campo

La investigación se realizó en el sitio donde se originó el fenómeno que son las vendedoras de la Empresa Glod, donde tomará contacto directo con la realidad, de las diferentes falencias que se presentan en el presente estudio.

2.1.2.2 Bibliográfica y documental

Para reforzar los resultados del análisis con el marco teórica, se obtendrá datos de libros, manuales, que constituirán documentos de información.

2.1.3 Método

Según Bunge (1990: 12), “*Los métodos que permitirán y apoyarán los diferentes tipos de estudio son:*”

- ✓ **Analítico – sintético.**- *La información obtenida como resultado de la investigación se analizará para obtener las conclusiones respectivas.*

A través del método analítico se pretende conocer cuáles son los temas de capacitación que requieren los vendedores de la empresa GLOD para el incremento de las ventas, y sobre estos temas desarrollar el plan de capacitación propuesto.

- ✓ **Inductivo – deductivo.**- *Se utilizará para la determinación del problema de estudio y de las posibles soluciones.*

A través del método inductivo se conocerá cuáles son los problemas de capacitación que tienen los vendedores de la empresa GLOD con el fin de incluirlos dentro del plan de capacitación.

- ✓ **Observación.**- Se realizará en las oficinas de la Empresa Glod, en donde se encuentran los vendedores del área comercial de la empresa; como primera etapa de investigación, permitió tener información directa y confiable.

A través del método de observación se aplicarán las encuestas directamente en las oficinas de la empresa de GLOD a las vendedoras que asistan hacia dichas instalaciones.

2.1.4 Población y muestra

2.1.4.1 Población

La población que se tomará en cuenta para la aplicación de las encuestas será a los vendedores de la Empresa Glod, lo cual tiene un total de 212 en la ciudad de Quito.

Tabla 2.1:
Vendedores de la empresa Glod

Unidades de observación	No.	Porcentajes %
Vendedores	212	100
Total	24	100

Fuente: Glod

Elaborado por: Karen Villamar

2.1.4.2 Muestra

Se tomará un nivel de confianza del 95%, lo cual proporcionará en la tabla Z un valor de 1.96.

Si tendrá un grado de confiabilidad del 95% y se tendrá un margen de error del 5% para el cálculo.

Fórmula:

Dónde:

n = tamaño de la muestra (?) encuestas

N = Población objetivo (212)

Zc = Valor de Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza del (95%) que es igual a 1,96

e = error en la población de la muestra, se considera un (5%)

p = Probabilidad de que el evento ocurra (0,50)

q = Probabilidad de que el evento no ocurra (0,50)

Aplicando:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot N - 1 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (212) \cdot (0.50) \cdot (0.50)}{(0.05)^2 \cdot (212 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{203,6048}{1,4879}$$

n= 136 encuesta

2.1.5 Selección instrumentos de investigación

Se realizarán encuestas a los vendedores que trabajan bajo el sistema multinivel en la empresa GLOD de la ciudad de Quito, para lo cual en el siguiente cuadro se describe las técnicas e instrumentos para la recolección de datos:

Tabla 2.2:
Selección instrumentos de investigación

Técnica	Instrumento de recolección de datos	Instrumento de registro
Entrevista	Guía de entrevista	Grabador, papel y lápiz, cámara de video
Encuesta	Cuestionario	Papel y lápiz

Fuente: Investigación

Elaborado por: Karen Villamar

2.1.6 Procesamiento de datos

2.1.6.1 Instrumentos

Se realizará una tabulación manual las encuestas pregunta en pregunta, con esta información se elaborará tablas de frecuencia estadísticas las cuales permitirán a su vez su representación gráfica de barras o pasteles, luego se interpretará en resultados que basados en el conocimiento de marco teórico se formulará una conclusión de carácter individual.

2.1.6.2 Tratamiento estadístico de los datos

El análisis de la información se realizará mediante el uso de:

- ✓ **Distribución de frecuencias.**- Permitirá agrupar los datos en categorías que muestren el número de observaciones de cada categoría. Uso de tablas e histogramas.

2.1.6.3 Método de almacenamiento, Tabulación y/o de resultados.

El almacenamiento de los datos se realizará en diapositivas como CDs, memory flash.

- ✓ **Diagrama de barras.**- En este tipo de gráficos, sobre los valores de las variables se levantan barras estrechas de longitudes proporcionales a las frecuencias correspondientes. Se utilizan para representar variables cuantitativas discretas, con los datos que muestren las tablas estadísticas (encuestas).

- ✓ **Diagrama de Pastel.-** Este tipo de gráficos permiten mostrar la relación porcentual de la tabulación de los datos, llegando siempre al 100%. Se utilizan para la interpretación de los resultados en las encuestas.

- ✓ **Histogramas.-** Éstos medios gráficos sirven para representar tablas de frecuencias con datos agrupados en intervalos.

- ✓ **Diagrama de Sectores.-** En un diagrama de sectores de este tipo, los 306° de un círculo se reparten proporcionalmente a las frecuencias de los distintos valores de la variable.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1 RECOLECCION Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.1.1 Encuesta aplicada a los vendedores de la empresa Glod

3.1.1.1 Objetivo General: Con esta encuesta buscamos determinar si los vendedores de la empresa Glod necesitan un plan de capacitación

3.1.1.2 Objetivos específicos

1. Conocer la proporción de género en los vendedores de la empresa Glod
2. Determinar cuáles son las necesidades de capacitación de los vendedores de la empresa Glod
3. Establecer el horario ideal de para capacitar a los vendedores de la empresa Glod

La encuesta fue realizada a los 136 vendedores de la empresa Glod de acuerdo a lo dispuesto al tamaño de la muestra

Un ejemplo de la encuesta aplicada se encuentra en el anexo A del presente trabajo de titulación.

Posteriormente, se realizó la tabulación de los datos, el procesamiento y análisis de los mismos, para ello se utilizó el programa informático Microsoft Excel, para tabular y graficar los resultados.

3.1.2 Resultados de la encuesta aplicada a los vendedores de la empresa GLOD

Pregunta 1

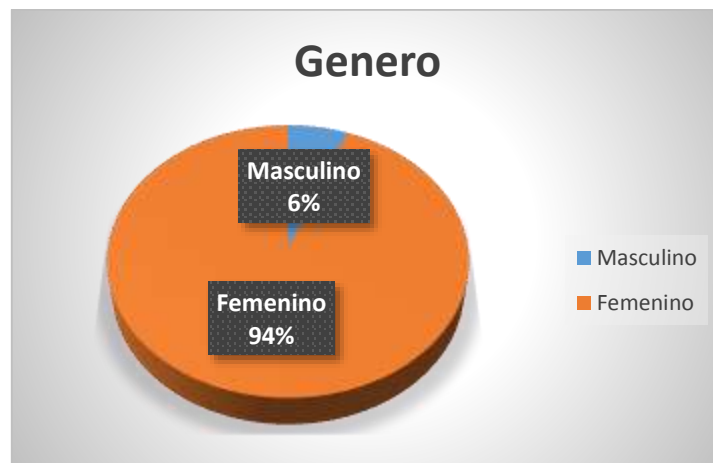
Género

Tabla No. 4.1. Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	8	6%
Femenino	128	94%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.1. Género



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.1 la mayor parte de los encuestados son mujeres, con un 94% mientras que tan solo el 6% de los encuestados son hombres. Por tanto el plan de capacitación deberá ser elaborado considerando que su público objetivo serán mujeres.

Pregunta 2

Edad

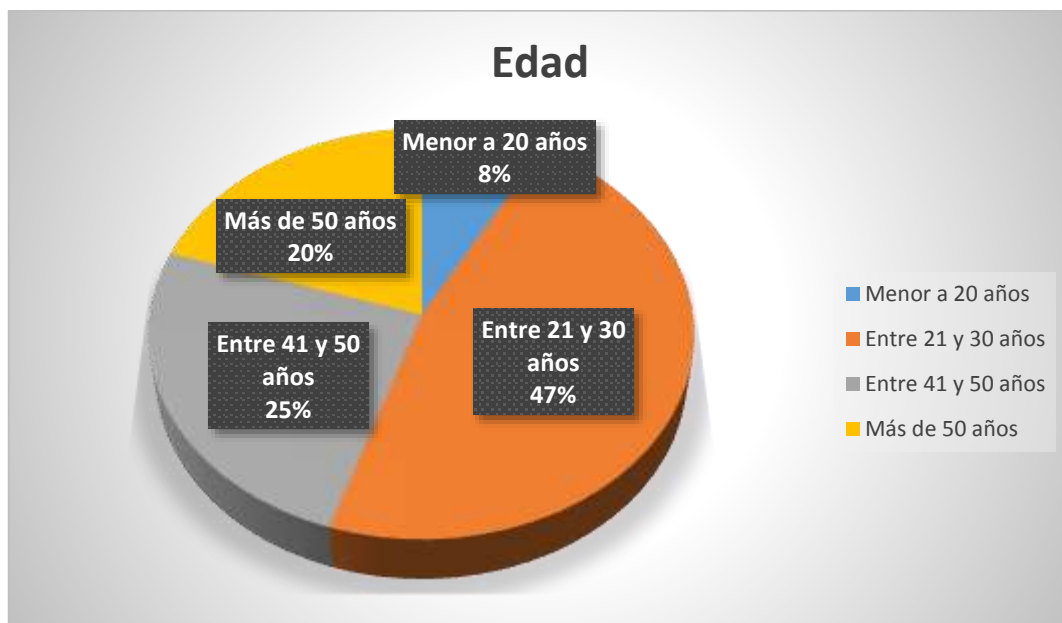
Tabla No. 4.2 Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
Menor a 20 años	11	8%
Entre 21 y 30 años	64	47%
Entre 41 y 50 años	34	25%
Más de 50 años	27	20%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.2 Edad



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.2 un 47% de los encuestados tienen entre 21 y 30 años, un 25% tienen edades entre 41 y 50 años, un 20% tienen más de 50 años y un 8% menos de 20 años. Por tanto, al elaborar el plan de capacitación se deberá considerar que el público objetivo serán mujeres mayores a 21 años y que no sobrepasan los 50 años de edad.

Pregunta 3

Nivel de estudios

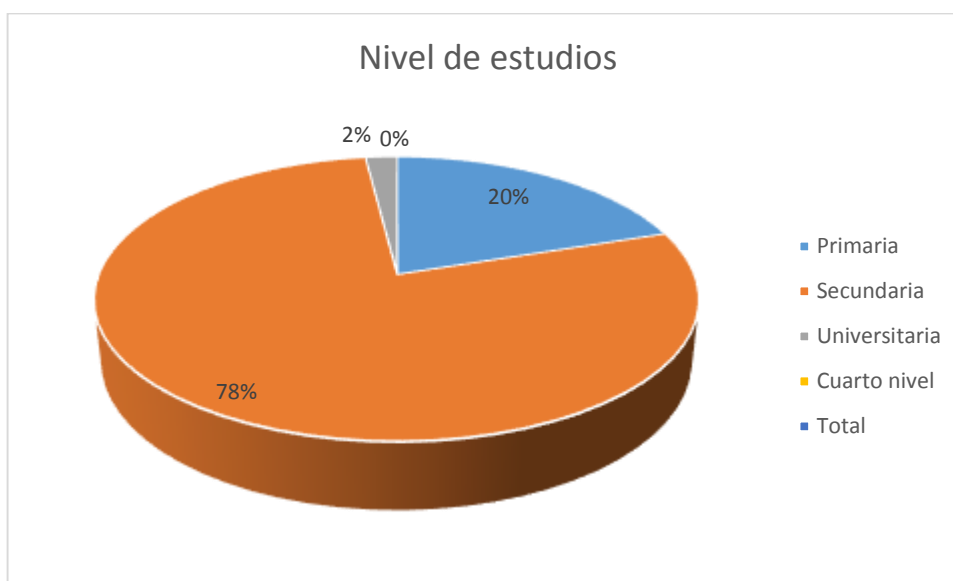
Tabla No. 4.3 Nivel de estudios

Nivel de estudios	Cantidad	Porcentaje
Primaria	27	20%
Secundaria	106	78%
Universitaria	3	2%
Cuarto nivel	0	0%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.3 Nivel de estudios



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.3 un 78% de los encuestados tienen un nivel de estudios de secundaria, un 20% tienen nivel de estudios de primaria, un 2% tienen un nivel de estudios de tercer nivel y ningún encuestado tiene nivel de estudios de cuarto nivel. Lo que significa

que la mayoría de los vendedores de la empresa GLOD tienen estudios entre primarios y secundarios, que se deberá considerar para el temario del plan de capacitación a desarrollar.

Pregunta 4

Ha recibido capacitación en las actividades que desempeña como vendedor

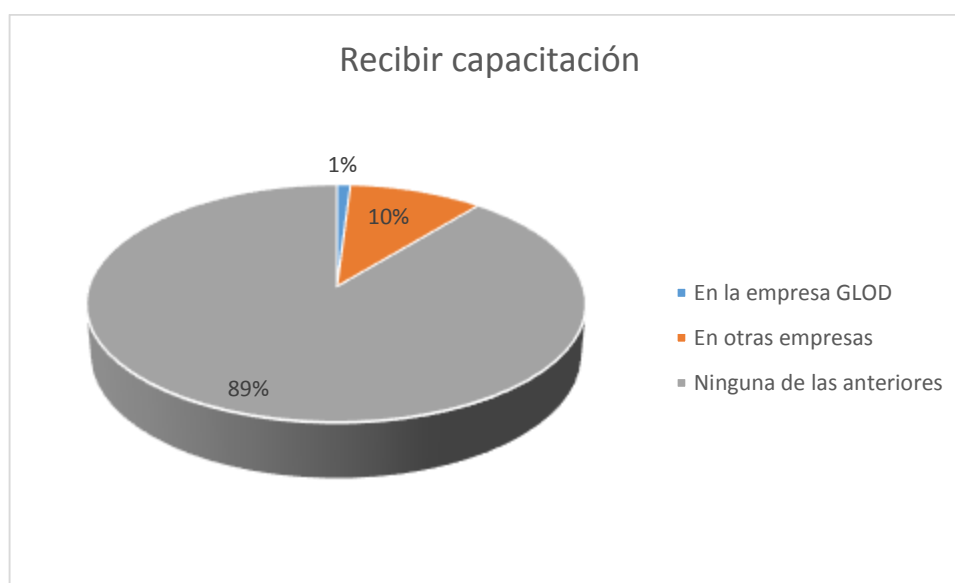
Tabla No. 4.4 Capacitación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
En la empresa GLOD	1	1%
En otras empresas	7	10%
Ninguna de las anteriores	121	89%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.4 Capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.4 un 89% de los encuestados no ha recibido ninguna capacitación ni en la empresa GLOD ni en ninguna otra empresa, un 10% de los encuestados ha recibido capacitación en otras empresas y tan sólo el 1% de los encuestados indicó que ha recibido capacitación en la empresa GLOD. Esto significa que se hace necesario un plan

de capacitación para los vendedores de la empresa GLOD ya que el 99% de los vendedores no ha recibido capacitación por parte de la empresa.

Pregunta 5

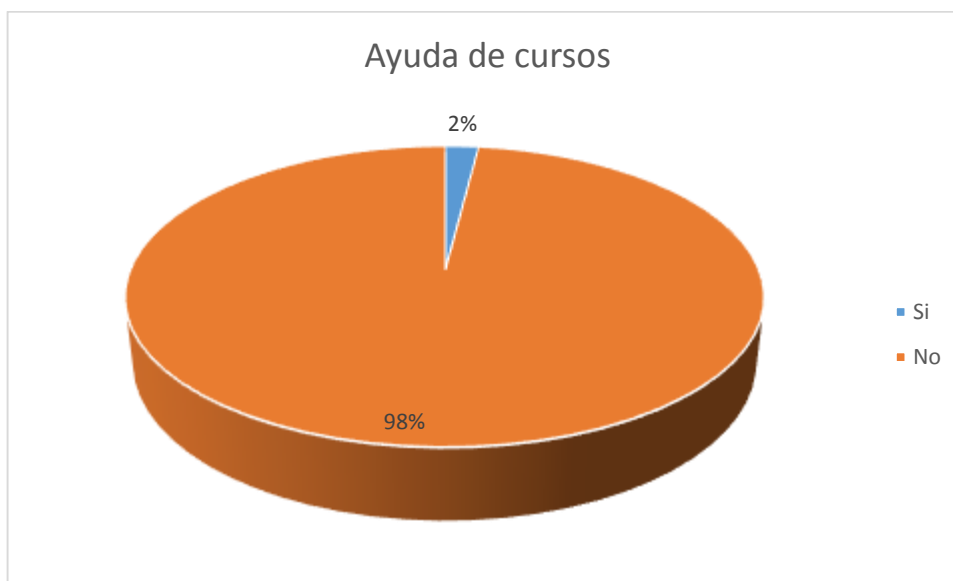
Le han ayudado los cursos que ha recibido para mejorar sus ventas

Tabla No. 4.5 Ayuda de cursos

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	3	2%
No	133	98%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.5 Ayuda de cursos



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.5 un 98% de los encuestados cree que los cursos que ha recibido no le han ayudado para mejorar sus ventas y tan solo el 2% piensa que si le han ayudado, esto significa que la empresa GLOD requiere de un plan de capacitación que permita a sus vendedores a incrementar sus ventas.

Pregunta 6

Conoce si la empresa Glod en la actualidad cuenta con un plan de capacitación

Tabla No. 4.6 Conocimiento de plan de capacitación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	1%
No	135	99%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.6 Conocimiento de plan de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD
Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No.4.6 un 99% de los encuestados no conoce si la empresa GLOD tiene un plan de capacitación y tan solo un 1% indica que si lo conoce. Por tanto, es importante elaborar el plan de capacitación de la empresa GLOD y además de elaborarlo darlo a conocer entre los vendedores de la empresa.

Pregunta 7

Considera que la empresa Glod debe capacitar a las empresarias para el desempeño de sus ventas

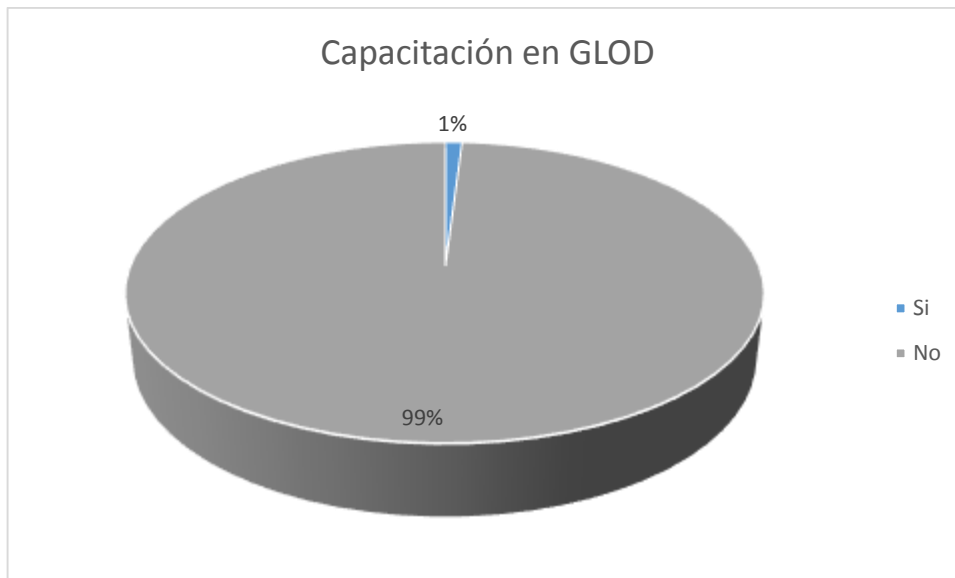
Tabla No. 4.7 Capacitación en GLOD

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	1	1%
No	135	99%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.7 Capacitación en GLOD



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Como se observa en la figura No. 4.6 un 99% de los encuestados indica que la empresa GLOD debería capacitar a sus vendedores para el desempeño en sus ventas y tan solo el 1% de los encuestados indica que no es necesario. Por tal razón, se hace necesario que la empresa GLOD capacite a sus vendedores, lo que permitirá un incremento en sus ventas, para la capacitación es necesario un plan de capacitación.

Pregunta 8

En qué temas considera que debe ser capacitado

Tabla No. 4.8 Temas de capacitación

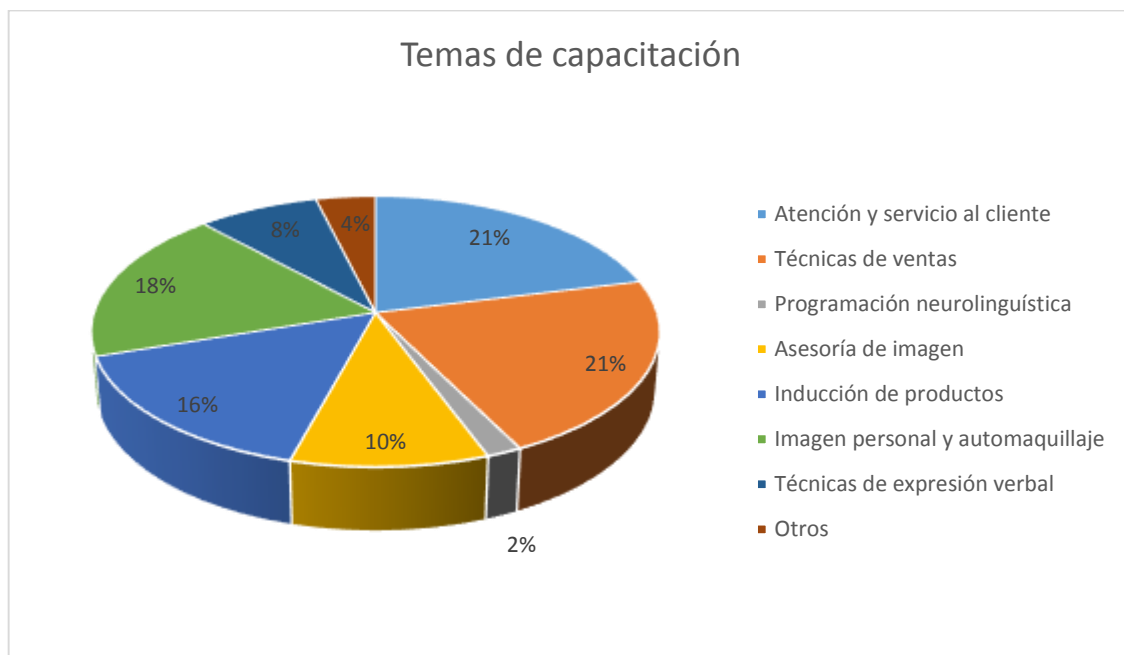
Temas	Cantidad	Porcentaje
Atención y servicio al cliente	120	88%
Técnicas de ventas	122	90%
Programación neurolingüística	10	7%
Asesoría de imagen	56	41%
Inducción de productos	89	65%
Imagen personal y automaquillaje	104	76%
Técnicas de expresión verbal	45	33%
Otros	22	16%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Se debe considerar que para la tabulación de ésta pregunta, al ser de opción múltiple se consideró cuántas personas escogieron cada selección y se dividió para el número total de encuestados, es decir 136.

Figura No. 4.8 Temas de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Ésta es la pregunta más importante de la encuesta, ya que como lo muestra la figura No. 4.8, un 90% de los encuestados considera que se debe capacitar en técnica de ventas, un 88% de los encuestados en atención y servicio al cliente, un 76% en imagen personal y automaquillaje, un 65% en inducción de productos un 41% en asesoría de imagen, un 33% en técnicas de expresión verbal, un 16% de los encuestados indicaron capacitación en otros temas y un 7% en programación neurolingüística. Por tanto, esta pregunta dará la guía sobre qué temas deberán considerarse dentro del plan de capacitación que elaborará la empresa GLOD.

Pregunta 9

Cuál sería el horario con el que usted dispone para capacitarse

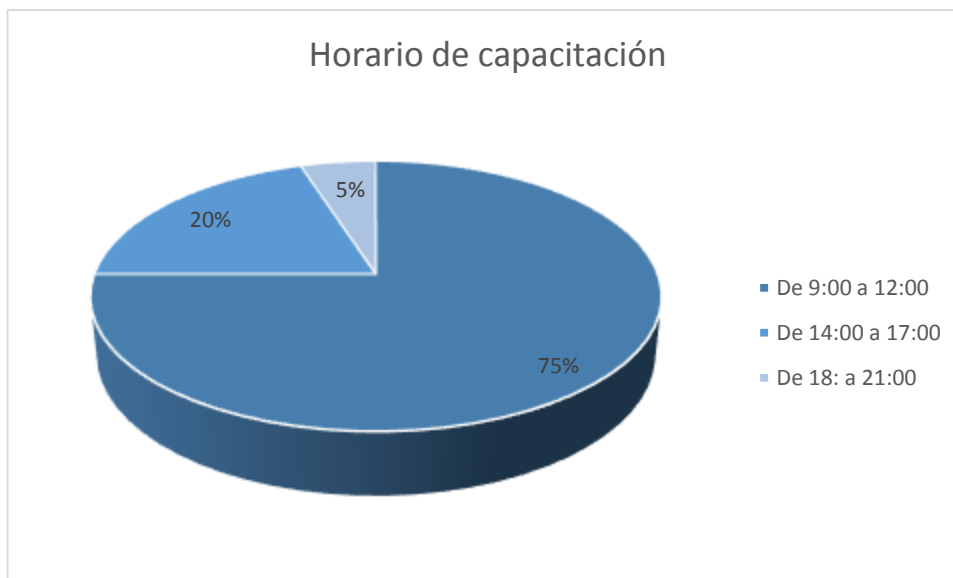
Tabla No. 4.9 Horario de capacitación

Horario	Cantidad	Porcentaje
De 9:00 a 12:00	102	75%
De 14:00 a 17:00	27	20%
De 18: a 21:00	7	5%
Total	136	100%

Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Figura No. 4.9 Horario de capacitación



Fuente: Encuesta aplicada a vendedores GLOD

Elaborado por: Karen Villamar

Análisis e interpretación

Acorde a lo indicado en la figura No. 4.9, un 75% de los encuestados prefieren que los eventos de capacitación se lleven en el horario de 9H00 a 12H00, un 20% prefieren en el horario de 14H00 a 17H00 y un 5% prefieren posterior a las 17H00. Esto indica que para el plan de capacitación se deberá considerar el horario entre 09H00 a 12H00 para ejecutar los eventos de capacitación.

3.1.3 La empresa GLOD

La empresa GLOD fue constituida en el año 2009, es una compañía limitada, domiciliada en la ciudad de Quito, ubicado en las calles José Peñaherrera N52-192 y Eguigúren Maula, al norte de la ciudad. Adicionalmente, tiene 06 locales abiertos, 3 en la provincia de Pichincha, 02 en la provincia de Guayas y 01 en la provincia de Esmeraldas.

La actividad económica a la que se dedica la compañía es la fabricación y comercialización de prendas de vestir. La comercialización la realiza a través del sistema de ventas multinivel, que consiste en ventas por catálogo donde los vendedores se llevan los catálogos y muestran las prendas de vestir que se incluyen en los catálogos a distintas personas, quienes realizan el pedido de las prendas a los vendedores y estos a la empresa.

No cuenta con un departamento de recursos humanos ni un departamento de ventas, solamente existe un coordinador que revisa el nivel de inventarios y de acuerdo a este nivel solicita al departamento de producción, la elaboración de las prendas de vestir o al departamento de compras, la adquisición de las mismas.

Los catálogos son elaborados cada dos meses, modificando su contenido con nuevas prendas de vestir.

Existe un programa de pago de comisiones de acuerdo al nivel de ventas de cada vendedor y en cada zona geográfica existe distintas categorías de vendedores, siendo recompensados tanto por el nivel de ventas alcanzado como la inclusión de nuevos vendedores dentro de su red multinivel.

La empresa organiza cada semestre un evento donde premia a los vendedores y esa es la única motivación extra que tiene para ellos.

Su principal debilidad es la rotación de los vendedores, ya que dejan de vender a través de catálogo o simplemente se van a la competencia.

3.1.3.1 Fortalezas de la empresa

- El número de vendedores a nivel nacional asciende a 700 vendedores, cuando la media de vendedores en otros catálogos del mercado es de 400.
- El incremento anual de las utilidades por las ventas realizadas.
- Ofrecen productos fabricados por la propia empresa , por lo que existe variedad en los productos ofrecidos.

3.1.3.2 Debilidades de la empresa

- No cuenta con un departamento de recursos humanos.
- No existe un proceso de capacitación para los vendedores.
- Alta rotación de los vendedores.
- Sólo existen programas de recompensas monetarios para los vendedores.

3.1.3.3 Oportunidades de la empresa

- Incremento del nivel de ventas para los productos ofrecidos por catálogo.
- Deseo de las personas a ingresar al sistema de ventas multinivel.
- Incremento de las empresas que ofrecen capacitación en técnicas de venta o servicio al cliente.

3.1.3.4 Amenazas para la empresa

- Incremento de los competidores.

- Restricción de las importaciones para prendas de vestir o su materia prima.
- Ley laboral que obliga a las empresas a afiliarse a sus empleados o los que mantengan alguna relación de dependencia para con ellos.

3.1.4 Diagnóstico de la capacitación en la empresa GLOD

Del resultado de las encuestas aplicadas a los vendedores a la empresa GLOD se puede establecer el siguiente diagnóstico:

- La mayoría de los vendedores de la empresa GLOD son mujeres entre los 21 a 50 años, con estudios en nivel primaria o secundaria.
- La empresa GLOD no cuenta con un plan de capacitación que permita a los vendedores capacitarse en la organización.
- Los vendedores de la empresa GLOD no han recibido capacitación ni dentro de la organización ni fuera de ésta, por tanto las técnicas de venta y la atención al cliente lo ejecutan de manera empírica, sin tener conocimientos en estos aspectos.
- Para los vendedores de la empresa GLOD es necesario contar con un plan de capacitación que permita desempeñar mejor sus funciones, especialmente, incrementar sus ventas.
- Los vendedores al ser a través del sistema multinivel, es decir, que no están en relación de dependencia para la empresa GLOD, son independientes y por tanto podrían dejar de vender los productos ofrecidos por la empresa GLOD y ofrecer productos de otras empresas, que sean competencia para GLOD, por tanto, una forma de mantener a los vendedores es motivarles no sólo económicamente sino ofreciéndoles eventos de capacitación gratuitos o a un bajo costo.

3.1.5 Temas de eventos de capacitación y horarios de los mismos

De los resultados de las encuestas aplicadas a los vendedores de la empresa GLOD, para el desarrollo del plan de capacitación se ha seleccionado los siguientes tres temas importantes a ejecutarse durante el cronograma que se especificará en el siguiente capítulo:

Tema 1: Técnica de ventas

Tema 2: Atención y servicio al cliente

Tema 3: Imagen personal y automaquillaje.

El horario propuesto para estas capacitaciones será entre las 09H00 a las 14H00 considerando los resultados de la encuesta.

3.2 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

3.2.1 Plan de Capacitación

Luego del diagnóstico de la situación actual de la capacitación en la empresa GLOD, a continuación se desarrollará la propuesta del Plan de capacitación para los vendedores de la empresa

Temas de capacitación:

- Técnica de venta
- Atención y servicio al cliente
- Imagen personal y automaquillaje

3.2.1.1 Presentación

El siguiente plan de capacitación contiene las prioridades de capacitación a desarrollarse durante el segundo semestre del año 2015 para los vendedores de la empresa GLOD.

La capacitación es un proceso sistemático, organizado y permanente que permite a los vendedores de la empresa GLOD desarrollar habilidades y competencias que permitan incrementar las ventas. Los vendedores al estar bajo el sistema multinivel dentro de la empresa GLOD, permite también considerar a la capacitación como una fuente de motivación para permanecer dentro de este sistema en la empresa GLOD.

Por tanto la capacitación a los vendedores no solo permite que estos incrementen sus ingresos, sino también a la empresa GLOD incrementar sus ventas, ya que los mismos vendedores podrán recomendar a nuevas personas a que ingresen al sistema multinivel de la empresa GLOD, contando como beneficio ser capacitados en temas de su interés.

El plan de capacitación será semestral y considera los temas seleccionados por los vendedores dentro de la encuesta.

La empresa GLOD designará un presupuesto para cubrir totalmente las capacitaciones a sus vendedores.

3.2.1.2 Empresa Glod

La empresa GLOD es una compañía limitada constituida en el año 2009 y ofrece prendas de vestir a través de la venta por catálogo, dentro de lo cual, sus vendedores se encuentran en el sistema multinivel. Sistema que permite sumar un sinnúmero de vendedores a la empresa GLOD.

3.2.1.3 Justificación de capacitación

Los ingresos que recibe la empresa GLOD dependen de las ventas que generan sus vendedores, bajo el sistema multinivel. Por tanto, si los vendedores no se encuentran motivados para generar ventas, los ingresos de la empresa disminuirán. Una manera de motivar al personal, además del pago económico realizado a través de comisiones, es ofrecerles programas de capacitación que permitan mejorar su desempeño en sus ventas.

Además, es necesario que los vendedores de la empresa GLOD se encuentren aptos para ofrecer los productos que ésta genera, para lo cual es necesario capacitarles para desarrollar las competencias que se requieren y así mejorar, modificar o adaptar las mejores técnicas para el desempeño en ventas.

Por tanto, el presente plan de capacitación ofrece a los vendedores de la empresa GLOD tres eventos de capacitación que permitirá mejorar su desempeño en venta, adoptar técnicas en ventas, obtener competencias de atención al cliente y mejorar su imagen personal.

3.2.1.4 Alcance de la capacitación

El presente plan de capacitación estará dirigido a los vendedores de la empresa GLOD, distribuidos de acuerdo a las zonas geográficas y al nivel de ventas que mantengan, sin embargo, este plan podrá ser ejecutado año a año hasta alcanzar el total de vendedores de la empresa.

3.2.1.5 Objetivos del plan de capacitación

3.2.1.5.1 Objetivo general

Entregar un plan de capacitación para los vendedores de la empresa GLOD que les permita incrementar su desempeño en ventas.

3.2.1.5.2 Objetivos específicos

- Motivar a los vendedores de la empresa GLOD para que incrementen sus ventas y su fidelidad a la empresa.
- Mejorar las habilidades, conocimientos y aptitudes de los vendedores de la empresa GLOD para un mejor desempeño de los mismos.
- Promover la comunicación entre los gerentes y los vendedores de la empresa GLOD.
- Generar un ambiente óptimo entre los vendedores de la empresa GLOD para que los mismos generen publicidad para la empresa mediante sus experiencias.

3.2.1.6 Recursos dentro del plan de capacitación

Recursos Humanos

Instructores, sean estas personas naturales o jurídicas, especializados en los temas a desarrollarse en el plan de capacitación de la empresa GLOD.

Requisitos:

Experiencia mínima de 2 años.

Tener sala de capacitación propia.

Ofrecer los recursos materiales necesarios para el evento de capacitación.

Elaborar una guía de capacitación por cada evento.

Al finalizar el evento entregar los resultados del mismo a través de evaluaciones a los vendedores.

Recursos Materiales

- Sala de capacitación: el instructor escogido contará con su propia sala de capacitación.
- Equipos y suministros: la empresa ofrecerá dos computadores, un proyector, hojas, impresoras, marcadores, equipo multimedia.
- Documentos: Formularios para evaluación del instructor, del ambiente donde se ejecutó la capacitación y del organizador del evento. Así como documentos impresos o en medio magnéticos del contenido de la capacitación.

3.2.1.7 Financiamiento

La empresa GLOD será la encargada de cubrir todos los rubros que se generen por los eventos de capacitación, para lo cual, dispondrá en su contabilidad de una partida contable de gasto con la denominación “capacitación”.

3.2.1.8 Presupuesto

Para los tres eventos de capacitación durante el segundo semestre del año 2015, el presupuesto total que provisionará la empresa GLOD será de USD. 14.000 (Catorce mil dólares) de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla No.5.1 Presupuesto de capacitación

Evento de capacitación	USD
Técnicas en ventas	5.000,00
Servicio y atención al cliente	4.000,00
Imagen personal y automaquillaje	5.000,00
Total	14.000,00

Fuente: Proformas realizadas

Elaborado por: Karen Villamar

3.2.1.9 Cronograma

A continuación se detalla el cronograma del presente plan de capacitación a desarrollar durante el segundo semestre del año 2015:

Tabla No. 5.2. Cronograma de capacitación

Evento	Planificación	Ejecución	Evaluación
Técnicas en ventas	jul-15	sep-15	oct-15
Servicio y atención al cliente	ago-15	oct-15	nov-15
Imagen personal y automaquillaje	sep-15	nov-15	dic-15

Elaborado por: Karen Villamar

3.2.2 Eventos de capacitación

Nombre del evento de capacitación No. 1

Técnicas en ventas

Objetivo general

Establecer y otorgar las mejores técnicas en ventas para el incremento de las mismas.

Objetivos específicos

- Mejorar las habilidades de ventas de los vendedores de la empresa GLOD.
- Conocer sobre las técnicas de autocontrol y control en las personas.
- Definir los mejores métodos para cerrar una venta eficazmente.

Contenido del evento

1 El proceso de ventas

Como generar un clima de confianza

La importancia de saber escuchar y Preguntar

Detectar necesidades

2 La comunicación persuasiva

Expresión verbal y corporal

El contenido de persuasivo

Palabras que evitar, palabras que usar.

3 Empatía con el cliente

Cómo se desarrolla?

Empatía, simpatía, apatía, antipatía.

Las quejas ¿Un problema o una oportunidad

4 Manejando objeciones

Categorías y Tipos

Tratamiento técnico de las objeciones
Como detectar la negatividad del cliente

5 Cierre de ventas

Diferencia entre despachar y vender
Señales de compra
Cerrando la venta

6 Recomendaciones generales para incrementar las ventas.

Metodología

Es necesario que el presente evento de capacitación asegure que los participantes hayan aprendido sobre las técnicas de ventas y que puedan desarrollar sus habilidades a través de la siguiente metodología:

- a) Material de lectura para el desarrollo del contenido a capacitar.
- b) Ejercicios individuales y grupales que permitan desarrollar la teoría con la práctica.
- c) Casos de éxito: presentación de casos de éxito.

Perfil de los participantes

Vendedores de la empresa GLOD de la ciudad de Quito ubicados en las zonas norte y centro, con edad comprendida entre los 21 a 50 años de edad.

Lugar, fecha y hora del evento

Lugar: por definir.

Fecha: septiembre de 2015 (durante dos días).

Hora: De 09H00 a 13H00.

Costo del evento

El costo del evento no podrá superar los USD. 5.000,00.

El detalle del costo del evento se presenta a continuación:

Tabla No. 5.3. Costo evento 01

Numero	Detalle	Unidades	Valor unidad	Valor total USD
1	Horas pago instructor	10	200,00	2.000,00
3	alimentación	100	15,00	1.500,00
4	Materiales	100	14,00	1.400,00
5	Certificados	100	1,00	100,00
	Valor del evento			5.000,00

Elaborado por: Karen Villamar

Costo del participante

El costo será gratuito para el participante. Sin embargo, el costo para la empresa GLOD será de USD100.00 por participante.

Duración del evento

El evento tendrá lugar en dos días en el mes de septiembre de 2015 (días por confirmar) en el horario de 09H00 a 13H00.

Certificado a entregar

Se entregará un certificado de aprobación, con una evaluación previa.

Instructor

Presentación del instructor: perfil de instructor.

Cantidad de participantes

El total de participantes será de 100 vendedores.

Fecha de inscripción

La fecha de inscripción será desde el 01 de agosto hasta el 15 de agosto de 2015, con un total de 10 inscritos por día hasta terminar el cupo de inscripciones.

Nombre del evento de capacitación No. 2

Atención y servicio al cliente

Objetivo general

Establecer la mejor metodología para atención y servicio al cliente que deberán aplicar los vendedores de la empresa GLOD.

Objetivos específicos

- Crear competencias de atención y servicio al cliente en los vendedores de la empresa.
- Dar a conocer los procesos que tiene la empresa y la aptitud que deben tener los vendedores ante el cliente.
- Conocer sobre la manera de desarrollar una actitud al servicio del cliente.

Contenido del evento

1. Entorno global de la empresa

La calidad y los conceptos interpretados en un mundo globalizado

- o ¿Qué es lo que esperan y lo que no esperan nuestros clientes de nosotros?
- o Las razones del cambio hacia una cultura de calidad
- o Repercusiones de una mala calidad en el Servicio en el ambiente de trabajo

2. Conceptos generales

- o ¿Cómo implementar una filosofía y cultura de calidad enfocada al cliente?
- o ¿Qué es calidad?
- o ¿Qué es el servicio?

- o ¿Qué es un cliente?
- o ¿Qué significa calidad en el servicio?
- o ¿Porque es importante la calidad en el servicio?
- o Beneficios de la empresa al proporcionar calidad en el servicio

3. ¿Cómo desarrollar una actitud de servicio al cliente?

- o Diagnóstico personal de nuestros paradigmas
- o Creación de nuevos hábitos para brindar una excelente calidad en el servicio
- o ¿Por qué algunas personas carecen de una actitud de servicio?
- o Actitudes ante el cliente externo
- o Actitudes ante el cliente interno
- o El servicio y la necesidad de renovar frecuentemente su actitud
- o La autoestima de los clientes
- o Ética profesional

4. Reglas de oro de servicio al cliente

- o Proactividad
- o Entusiasmo
- o La importancia del saludo
- o Amabilidad y cortesía
- o La importancia del nombre
- o Atención total
- o Aprender a escuchar
- o La importancia del lenguaje corporal

Metodología

Es necesario que el presente evento de capacitación asegure que los participantes hayan aprendido sobre la atención y servicio al cliente y que puedan desarrollar sus habilidades a través de la siguiente metodología:

- a) Material de lectura para el desarrollo del contenido a capacitar.

- b) Ejercicios individuales y grupales que permitan desarrollar la teoría con la práctica.
- c) Casos de éxito: presentación de casos de éxito.

Perfil de los participantes

Vendedores de la empresa GLOD de la ciudad de Quito ubicados en las zonas norte y centro, con edad comprendida entre los 21 a 50 años de edad.

Lugar, fecha y hora del evento

Lugar: por definir.

Fecha: octubre de 2015 (durante tres días).

Hora: De 09H00 a 13H00.

Costo del evento

El costo del evento no podrá superar los USD. 4.000,00.

El desglose del costo se detalla a continuación:

Tabla No. 5.4. Costo del evento 02

Numero	Detalle	Unidades	Valor unidad	Valor total USD
1	Horas pago instructor	16	100,00	1.600,00
3	alimentación	80	15,00	1.200,00
4	Materiales	80	14,00	1.120,00
5	Certificados	80	1,00	80,00
	Valor del evento			4.000,00

Elaborado por: Karen Villamar

Costo del participante

El costo será gratuito para el participante. Sin embargo, el costo para la empresa GLOD será de USD50.00 por participante.

Duración del evento

El evento tendrá lugar en tres días en el mes de octubre de 2015 (días por confirmar) en el horario de 09H00 a 13H00.

Certificado a entregar

Se entregará un certificado de aprobación, con una evaluación previa.

Instructor

Presentación del instructor: perfil de instructor.

Cantidad de participantes

El total de participantes será de 80 vendedores.

Fecha de inscripción

La fecha de inscripción será desde el 01 de septiembre hasta el 15 de septiembre de 2015, con un total de 10 inscritos por día hasta terminar el cupo de inscripciones.

Nombre del evento de capacitación No. 3

Curso Imagen personal y automaquillaje

Objetivo general

Capacitar a los participantes con habilidades y herramientas para el manejo correcto de su imagen personal y el uso correcto de maquillaje, estos conocimientos le permitirán transmitir de forma adecuada su personalidad y profesionalismo, lo cual impactará positivamente en la opinión de sus clientes convirtiéndolo en un medio para alcanzar sus objetivos.

Objetivos específicos

- Sentirse segura de su imagen personal.
- Aprender a seleccionar el vestuario y maquillaje adecuado para potenciar la belleza de su imagen personal.
- Identificar lo que se proyecta actualmente con su imagen personal actual y cuál es la imagen que se tiene como objetivo al final del taller.
- Usar a la imagen personal como estrategia, que genere aceptación, confianza e interés.

Contenido del evento

1. LA IMAGEN Y COMO COMUNICAR CON LA IMAGEN

Que es la imagen y percepción

Como comunicar con la imagen y que es la primera impresión

2. IMAGEN PERSONAL Y AUTOESTIMA

Conocer mi estilo de personalidad al vestir

Vestir adecuadamente para conseguir mejorar mi autoestima

3. ARREGLO PERSONAL Y MAQUILLAJE BASICO

Importancia de la higiene
Como comunicar con el maquillaje adecuado
Curso de maquillaje básico

4. CODIGOS DE COMUNICACIÓN A TRAVES DE LAS PRENDAS Y EL MAQUILLAJE

Que son estos códigos
Códigos que comunican autoridad y accesibilidad al vestir
Las prendas como comunicador por formas colores y combinaciones

Metodología

Es necesario que el presente evento de capacitación asegure que los participantes hayan aprendido sobre imagen personal y automaquillaje y que puedan desarrollar sus habilidades a través de la siguiente metodología:

- d) Material de lectura para el desarrollo del contenido a capacitar.
- e) Ejercicios individuales y grupales que permitan desarrollar la teoría con la práctica.
- f) Casos de éxito: presentación de casos de éxito.

Perfil de los participantes

Vendedoras de la empresa GLOD de la ciudad de Quito ubicados en las zonas norte y centro, con edad comprendida entre los 21 a 50 años de edad.

Lugar, fecha y hora del evento

Lugar: por definir.
Fecha: noviembre de 2015 (durante dos días).
Hora: De 09H00 a 13H00.

Costo del evento

El costo del evento no podrá superar los USD. 5.000,00.

El desglose del costo se detalla a continuación:

Tabla No. 5.5. Costo del evento 03

Numero	Detalle	Unidades	Valor unidad	Valor total USD
1	Horas pago instructor	16	70,00	1.120,00
2	Viáticos instructor	NA	NA	880,00
3	alimentación	100	15,00	1.500,00
4	Materiales	100	14,00	1.400,00
5	Certificados	100	1,00	100,00
	Valor del evento			5.000,00

Elaborado por: Karen Villamar

Costo del participante

El costo será gratuito para el participante. Sin embargo, el costo para la empresa GLOD será de USD50.00 por participante.

Duración del evento

El evento tendrá lugar en dos días en el mes de noviembre de 2015 (días por confirmar) en el horario de 09H00 a 13H00.

Certificado a entregar

Se entregará un certificado de aprobación, con una evaluación previa.

Instructor

Presentación del instructor: perfil de instructor.

Cantidad de participantes

El total de participantes será de 100 vendedoras, consideran las mejores vendedoras del último año.

Fecha de inscripción

No aplica ya que la elección la realiza la empresa.

3.3 Número de eventos de capacitación y horas de cada uno.

Tabla No. 5.6 Número de eventos y horas de capacitación a dictarse

No	Nombre del evento	Número de horas del evento	Número de participantes	Valor total (USD)
1	Técnicas en ventas	8	100	5.000,00
2	Servicio y atención al cliente	12	80	4.000,00
3	Imagen personal y automaquillaje	8	80	3.000,00
	TOTAL			12000,00

Elaborado por: Karen Villamar

Número de vendedores capacitados: 260

Número de horas de capacitación: 28 horas.

Valor de inversión en capacitación: 12.000 USD.

Financiamiento: empresa GLOD.

3.4 Propuesta de formularios para capacitación

- Datos personales del participante (Formulario 01 – Anexo B)
- Nómina de participantes (Formulario 02 – Anexo C).
- Invitación general a vendedores (Formulario 03 – Anexo D)
- Hoja de vida del instructor (Formulario 04 – Anexo E)
- Registro de control de asistencia (Formulario 05 – Anexo F)
- Certificado del evento (Formulario 06 – Anexo G)
- Evaluación del participante (Formulario 07 – Anexo H)
- Evaluación al capacitador (Formulario 08 – Anexo I)

3.5 Evaluación posterior

Es necesario que luego de aplicar el plan de capacitación durante el segundo semestre del año 2015, se evalúe los resultados del mismo, mediante la ejecución de nuevas encuestas a los vendedores del sistema multinivel, así como de los indicadores de los niveles de venta, si este incremento se demuestra que la capacitación a las vendedoras permite que incrementen sus ventas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- El sistema de venta multinivel capta un número importante de personas interesadas en generar ventas a través de catálogo, ya que les permite manejar su horario, adaptarse a sus necesidades personas y generar réditos económicos.
- Se evidencia la falta de un plan de capacitación para los vendedores de la empresa GLOD que les permita mejorar su desempeño en ventas.
- Los vendedores de la empresa GLOD están interesados en capacitarse para mejorar su desempeño en ventas, para lo cual, se interesan en eventos de capacitación de técnicas de venta, atención y servicio al cliente e imagen personal y automaquillaje.
- Luego del análisis FODA efectuado a la empresa GLOD, la mayor fortaleza es que cada año ha incrementado sus ventas, por tanto, sus vendedores se sienten motivados y se esfuerzan por lograr las ventas requeridas. Su principal debilidad es que no cuenta con un departamento de recursos humanos que pueda organizar los eventos de capacitación necesarios para motivar a los vendedores.
- Es necesario contar en las empresas con un plan de capacitación anual que permita desarrollar las competencias que requieren los empleados, más aun en empresas como GLOD donde sus ingresos dependen de su fuerza de ventas, por lo que requieren que sus vendedores se encuentren capacitados para lograr las ventas deseadas por la empresa.
- Una opción para motivar a los vendedores de la empresa GLOD es otorgarles capacitaciones en diferentes temáticas acorde a las necesidades que requieren, así podrán mantener fidelidad con la empresa e incrementar su nivel de ventas.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa GLOD adoptar el plan de capacitación propuesto en el presente plan de titulación.
- Capacitar a los vendedores de la empresa GLOD acogidos al sistema de ventas multinivel en los siguientes temas: técnicas de venta, atención y servicio al cliente e imagen personal y automaquillaje.
- El curso de imagen personal y automaquillaje debe ser dirigido únicamente a las vendedoras de la empresa GLOD,
- Se recomienda acoger el plan de capacitación propuesto para los vendedores de la empresa GLOD, cumpliendo con los tres eventos a desarrollarse, así como el cronograma propuesto para que llegue al número total de vendedores establecidos para este evento.
- Para el cumplimiento del plan de capacitación propuesto será necesario que los coordinadores de los eventos elaboren todos los formularios anexos al presente trabajo de titulación.
- Será importante revisar anualmente el plan de capacitación, para aplicar los eventos incluidos dentro del mismo a otros vendedores o nuevos vendedores que si incluyan dentro del sistema de ventas que ofrece la empresa GLOD.

BIBLIOGRAFÍA

ALLES, M. (2006), “Selección por Competencias”, Argentina, Buenos Aires, Granica.

ALLES, M. (2005), “Desarrollo del Talento Humano basado en competencias”, Argentina, Buenos Aires, Granica.

BERNAL César Augusto (2006), “Metodología de la investigación”, Segunda edición, México.

BOHLANDER, G. y SNELL, S. (2008) “Administración de Recursos Humanos”, Cengage Learning, 14ta. Edición, México.

CERDA Hugo (2011), “Elementos de la investigación Científica”, Editorial el Búho, Bogotá.

CANTÚ, C. (2001). Modelo de Capacitación a Vendedores de Sistemas de Multinivel. Requisito Parcial para Obtener el Grado de Maestro en Administración de Empresas con Especialidad en Mercadotecnia, Nueva León, México.

CHIAVENATO, I. (2009). “Administración de Recursos Humanos”, México: MC GRAW HILL.

DESSLER, Gary. (2001), “Administración de Personal”, Prentice Hall, Octava Edición, México.

FEDEROV, A. (2004), “Cómo programar un curso”, Editorial Instituto Tecnológico de Costa Rica.

MENDEZ, A., Carlos E. (2002). “Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación”, Mc Graw Hill, Colombia.

ROBBINS C., (2005), “Administración”, Editorial Pearson, México.

ANEXOS

ANEXO A	Encuesta
ANEXO B	Formulario 01 – Datos del participante
ANEXO C	Formulario 02 – Nómina de participantes
ANEXO D	Formulario 03 – Invitación general a vendedores
ANEXO E	Formulario 04 – Hoja de vida del instructor
ANEXO F	Formulario 05 – Registro de control de asistencia
ANEXO G	Formulario 06 – Certificado del evento
ANEXO H	Formulario 07 – Evaluación del participante
ANEXO I	Formulario 08 – Evaluación al capacitador

ANEXO A

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA GLOD.

Objetivo: Diagnosticar e investigar necesidades de capacitación de las vendedoras de la empresa Glod.

a) Instrucciones.

- Lea detenidamente y conteste con veracidad
- Escriba con letra imprenta
- Marque con una X la respuesta correcta

b) Datos informativos.

1. Género

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- Menor a 20 años
- Entre 21 y 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Más de 50 años

3. Nivel de estudios

- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Post universitaria (master, doctorados)

4. ¿Ha recibido capacitación en las actividades que desempeña como vendedor?

- En la empresa Gold
- En otras empresas
- Ninguna de las anteriores

5. ¿Le han ayudado los cursos que ha recibido para mejorar sus ventas?

- Si
- No

6. ¿Conoce si la empresa Glod en la actualidad cuenta con un plan de capacitación?

- Si
- No

7. ¿Considera que la empresa Glod debe capacitar a las empresarias para el desempeño de sus ventas?

- Si
- No

8. ¿En qué temas considera que debe ser capacitado?

- Atención y servicio al cliente
- Técnicas de ventas
- Programación neurolingüística
- Asesoría de imagen
- Inducción de productos
- Imagen personal y automaquillaje
- Técnicas de expresión verbal
- Otros

9. ¿Cuál sería el horario con el que usted dispone para capacitarse?

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábados	Domingos
9:00 a 12:00							
14:00 a 17:00							
18:00 a 21:00							

Anexo B

**FORMULARIO 1
PLAN DE CAPACITACION EMPRESA GLOD**

NOMBRE DEL EVENTO:.....

Lugar	fecha.....
Numero de inscripción	Código de vendedora

1. DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE

Nombre del participante

Numero de cedula de ciudadanía

Fecha de nacimiento

2. DATOS DOMICILIARIOS

Ciudad..... Calle Numero.....
.....

Sector Teléfono Celular
.....

3. INSTRUCCIÓN

- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Post grados

4. DATOS LABORALES

- Dependiente
- Independiente

Nombre de la
empresa.....

Tiempo de
trabajo.....

Dirección.....

Teléfono
.....

Anexo C

FORMULARIO 2

NOMINA DE PARTICIPANTES

Nombre del evento:

.....

Fecha de inicio:

.....

.....

Fecha de finalización:

.....

Lugar del evento:

Duración:.....

Numero	Nombres y Apellidos	Cedula de identidad	Código de vendedora	Firma
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
N				

Nombre y firma del coordinador.....

Lugar y fecha

.....

Anexo D
FORMULARIO 3

OFICIO DE INVITACIÓN A EVENTOS DE CAPACITACION

Oficio N°

Quito, a

Señor, (a)

Presente.

De mi consideración

Me es grato comunicarle a usted que ha sido seleccionado para para participar en el evento de capacitación

..... Organizado
por la empresa GLOD

Este evento se llevara a cabo en Desde el

Hasta el.....

Los contenidos de este evento incrementaran su conocimientos y habilidades para mejorar su desempeño como vendedora multinivel, el objetivo de Glod es que usted mejores su nivel de vida y su nivel de ventas para bien de usted y su familia.

Esperemos que el evento sea de su agrado y le deseamos los mejores éxitos.

Atentamente

Hugo Ariza
Gerente General de Glod

**Anexo E
FORMULARIO 4**

HOJA DE VIDA DEL INSTRUCTOR

CURRICULUM DEL INSTRUCTOR
NOMBRES:
APELLIDOS:
TITULOS:
EXPERIENCIA:
CARGOS RELEVANTES:
MENCIONES ESPECIALES:
DATOS ADICIONALES:

Firma del Coordinador.....

ANEXO F

FORMULARIO 5

REGISTRÓ DE CONTROL DE ASISTENCIA

Nombre **Fecha**.....
.....
Desde **Hasta**
.....
Lugar.....

N°	Nomina de participantes	Día 1	Día 2

Nombre del coordinador.....

Firma **Lugar y**
fecha.....

**ANEXO G
FORMULARIO 6**

CERTIFICADO DEL EVENTO



LA EMPRESA GLOD

Otorga el presente:

Certificado a:

Por haber participado en el evento de capacitación:

Taller de : _____

Dictado en Quito el.....de.....del 2015

Con la duración de

Hugo Ariza Gerente

Instructor

ANEXO H
Formulario 7

Evaluación del participante

Satisfacción acerca del curso	E	MB	B	R	D
1. Su participación en el evento fue...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Su interés en el evento fue...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. La relación entre participante e instructor fue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. El curso le aportó conocimiento nuevos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Sus expectativas de aprendizaje se cumplieron?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Los temas revisados son aplicables a su actividad de ventas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO I

Formulario 8

Evaluación al instructor

Evaluación del instructor	E	MB	B	R	D
<input type="checkbox"/> ¿El instructor domino los temas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> La metodología de la enseñanza fue ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> La retroalimentación y solución de preguntas por parte del instructor fue....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> La presentación física del instructor fue ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> La habilidad del instructor para mantener el interés del participante fue...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ¿El material didáctico usado por el instructor fue el adecuado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ¿Los temas vistos corresponden al contenido del curso?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>