

**INFLUENCIA DE LA FORMACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LAS
VENTAS DE DISTRI-LORICA**



**MELISA ADRIANA PEREZ BANDA
DANILIS CECILIA MENDOZA ARRIETA**

**TUTOR
ALEJANDRO BARRIOS MARTINEZ**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
LORICA- CÓRDOBA
2017**

CONTENIDO

1.	RESUMEN	3
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2.1	DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	4
2.2	FORMULACION DEL PROBLEMA.....	5
4.	OBJETIVOS	7
4.1	OBJETIVO GENERAL.....	7
4.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
5.	MARCO TEORICO.....	8
6.	DISEÑO METODOLOGICO.....	11
6.1	Tipo De Investigación	11
6.2	Fases De Investigación	11
6.3	Fuentes Primarias.....	11
6.4	Fuentes Secundarias	11
6.5	Población Y Muestra	11
7.	RESULTADOS	12
8.	CONCLUSION	22
9.	RECOMENDACIONES	23
10.	BIBLIOGRAFIA	24
11.	ANEXOS	25
	ENCUESTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES DE DISTRI-LORICA	25

1. RESUMEN

En la actualidad podemos observar que las empresas se están enfrentado contantemente a cambios por la competencia que existen en el mercado, y así de esta forma mantener la supervivencia de una empresa depende de su capacidad para generar confianza a sus clientes y proveedores, lo cual será la base de sus ventas y posicionamiento en el mercado, pero esto, a su vez, depende de la capacidad de innovación, velocidad de respuesta, adaptabilidad al cambio y habilidad para detectar las necesidades de los clientes de la empresa.

El capital humano es un activo intangible que tiene la capacidad de apoyar el crecimiento del personal que labora en Distr-Lorica e impulsar las ventas de sus productos, le da características definitivamente específicas de cualquier otro tipo de recurso.

Sin lugar a dudas el éxito de cualquier empresa se vincula mucho al desempeño de todas las personas que la integran, sin importar su jerarquía, ubicación y condición, pues son ellas las que poseen habilidades, conocimientos, relaciones sociales, actitudes, valores, etc., y son ellas las que ayudan a incrementar su capital económico.

Los recursos humanos son fuente de ventaja competitiva de las organizaciones, por ello las empresas cada vez en mayor medida deben identificar el valor que tienen las personas que hacen parte para la organización y tratar de potenciarlo, al igual deben incrementar el valor que la empresa tiene para el empleado, con el fin de tener un personal idóneo en el área correspondiente y así reducir los riesgo de transferibilidad de un activo tan valioso como es el capital humano.

Palabras claves: Capital humano, ventas, empresa.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Distri-Lorica, es una empresa que tiene la franquicia de distribuir productos de coca cola y tubo sus inicios en el año 2000, bajo la administración del señor ELEUTERIO CONDE ANDRADE y barca todo el BAJO SINÚ, en el Municipio de SANTA CRUZ DE LORICA esta posesionada en este mercado Distri lorica por estudios realizado, en el último semestre las ventas han disminuido en comparación al semestre anterior. Estos resultados los llevaron a pensar que las ventas se han visto afectadas por el personal que realiza la comercialización del producto.

Actualmente el personal que realiza las ventas en Distri-Lorica recibe capacitación cada 3 meses, acerca del lanzamiento de los nuevos productos; pero no reciben una capacitación acerca de ventas las técnicas de administración de personal utilizadas para identificar las falencias y errores en la gestión del talento humano, y lo más importante la estrategias de venta, que le ayuden a impulsar los productos al mercado; además que le permita implementar herramientas que faciliten ser más competitivos, para enfrentarse al mundo globalizado de hoy, por la carencia de la inversión en el capital humano.

La inversión en capital humano, es un proceso normal de crecimiento para la organización y la necesidad de contar con un personal idóneo, con formación permanente y ciertas funciones, van haciendo que progresivamente la empresa tenga un mejor crecimiento y oportunidad en el mercado.

Por otra parte al momento de realizar la selección del personal no es la más adecuada para la ejecución. A medida que crece la organización y su demanda, el área de Recursos humanos adquiere más importancia y complejidad lo que le obliga a gestionar la inversión de recursos en el capital humano.

Un problema que enfrenta Distri-Lorica en la actualidad, es de no conocer con exactitud la capacidad del potencial de sus colaboradores, afecta las ventas y lo conduce a una condición limitante, para el desarrollo y crecimiento de la misma.

Además de no contar con la planeación de los recursos humanos, contrata personal sin medir la consecuencia, que pueda acarrear la falta de formación en el capital humano, debido a que no realiza un procedimiento claro para el ingreso del personal a la empresa, donde se evalúe el desempeño del personal a fin de que ingresen personas capaces y motivadas, para comportarse dentro de los estándares de control, que impulsen a la organización a estimular la formación del equipo de trabajo.

2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la formación del Capital Humano en las ventas de Distri-Lorica?

3. JUSTIFICACION

Las grandes Empresas en la actualidad, buscan ser más competitivas por su poder de adoptar estrategias para optimizar un grado de éxito. Es por eso que nuestra investigación, va enfocada en analizar cómo influye la formación del capital humano, en las ventas de Distri-Lorica, con el propósito de optimizar y mejorar las capacidades de sus trabajadores y visionando hacia un mejor futuro.

La formación y desarrollo del capital humano, es un factor importante debido a que conllevarían a Distri-Lorica a tener un mejor nivel en ventas, el cual los llevaría a implementar sistemas de gestión, que respondan al progreso de la formación, en función al aumento de las ventas en el mercado, que desempeña la empresa. La necesidad de una mejor formación del personal, influirá en las ventas de Distri-Lorica mejorando las condiciones idóneas y la necesidad de estimular la enseñanza, para integrar y desenvolver las capacidades del capital humano, con el fin de que esta empresa, pueda continuar mejorando las ventas y creciendo para obtener un mejor desarrollo.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación invita a Distri-Lorica, mejorar la formación del capital humano a capacitarse para apoyar el incremento de las ventas.

También este trabajo es importante porque sirve de consulta a los estudiantes de administración.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- ❖ Determinar la influencia de la formación del Capital Humano en las ventas de Distri-Lorica.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Caracterizar la formación del personal en Distri-Lorica.
- ❖ Analizar las ventas de Ditri-Lorica en el Municipio.

5. MARCO TEORICO

El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica.

Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.

En la actualidad, en la era del conocimiento las empresas tienen que definir nuevos parámetros para cuidar y mantener a su capital humano, ya que es un factor de producción en la economía de hoy. La relación que tenga el capital humano con respecto al mercado es una forma de mantenerlo elevado. Mientras más estrecha sea la relación, menor distancia habrá. La experiencia le ha enseñado al empresario mucho sobre los problemas de desarrollo; ha aprendido que el dinero solo no trae progreso, reconoce que sus utilidades no sólo aumentarán reduciendo costos sino incrementando los ingresos y para lograr esto debe invertir en los insumos del proceso productivo como son la materia prima, maquinaria, instalaciones, tecnología y, por supuesto, en la fuerza laboral.

Hoy día las empresas le están dando un significativo valor a la relación de los empleados con el mercado, se ve manifiesto con las reorganizaciones

empresariales donde se ha producido un giro en la pirámide jerárquica dándole importancia a la gente que está en contacto con el cliente.

Por considerarse que son las personas las responsables del manejo de los recursos de la empresa, se sostiene que la mejor inversión que pueden hacer los dirigentes empresariales es en la capacitación y adiestramiento de hombres y mujeres para dirigir las empresas y ocuparse de los negocios. Evidentemente la idea de la participación de los trabajadores en la vida de la empresa no es nueva y sus raíces se remontan a los ideales democráticos de la humanidad. Desde el origen de las unidades de producción industrial, han aparecido distintos mecanismos participativos, que dan lugar a diferentes grados de intervención de los trabajadores en la toma de decisiones, administración y beneficios de la empresa. “Los hombres y mujeres que poseen habilidades y conocimientos adecuados, son capaces de comprender la operación y mantenimiento de máquinas, leer planos, organizar trabajo, seguir procedimientos establecidos y trabajar hasta alcanzar normas elevadas de alta calidad y ejecución”.

Las Personas en el Desarrollo Económico El proceso de la globalización de la economía y la configuración de bloques comerciales ha hecho resaltar intensamente los grandes beneficios que se obtienen al invertir en la formación y en la adecuada administración del capital humano como factor competitivo y de progreso. Se puede hacer la pregunta: ¿De qué sirven las empresas y la maquinaria, sin dirigentes ni operadores?

- La fuerza del trabajo humano que posee el capital humano (cualidades físicas e intelectuales) y que aplica en la producción de satisfactores de las necesidades, forma parte del capital de una empresa ya que pertenece al conjunto de bienes utilizados en la producción, así como las instalaciones, el equipo, la maquinaria, las materias primas y los insumos, y la mano de obra forman parte del proceso productivo.

- El capital humano es lo más importante en la empresa, sin el capital humano no es posible realizar nada, así que si se quiere tener un mejor nivel empresarial y como consecuencia un mayor nivel económico y cultural en el país, se debe invertir en preparar y desarrollar las capacidades de estos.

- Las empresas de hoy se mueven entre la solución de problemas y la identificación de oportunidades. El ser humano, por naturaleza o por educación, tiene las posibilidades de desarrollar habilidades y convertirlas en conocimiento. Constituyéndose éste en el más valioso recurso de la producción

de la empresa moderna, se debe optimizar su potencial, para lograr su satisfacción personal y el beneficio de la organización.

- El conocimiento es el uso de los datos y la información en interrelación con el potencial de habilidades, competencias, intuiciones y motivaciones de las personas. Se almacena en la mente de las personas o se codifica en procesos organizacionales, documentos, productos, servicios y sistemas. Es esencial para la acción, el rendimiento y la adaptación y provee la capacidad para responder a situaciones nuevas. La capacidad de utilizarlo eficazmente es clave para la competitividad de nuestras economías

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1 Tipo De Investigación

Para realizar el proyecto, se llevara a cabo una investigación de tipo Exploratorio -Descriptivo, con un enfoque cualitativo, debido a que la información que se manejo fue de este tipo, donde serán identificados los aspectos concernientes a la formación del capital humano en Distri-Lorica.

6.2 Fases De Investigación

Para la recolección y análisis de la información requerida, en el desarrollo efectivo y exitoso de la presente investigación se seguirán los siguientes pasos.

6.3 Fuentes Primarias

Encuesta realizada a los empleados como una herramienta que permitió obtener el diagnóstico actual acerca de la formación con la que cuentan los colaboradores y el grado de satisfacción que sienten los empleados para determinar la influencia de estos en las ventas que tiene la empresa.

6.4 Fuentes Secundarias

La WEB, Folletos y textos de información relacionados con el tema.

6.5 Población Y Muestra

Para la investigación se utilizara el muestreo no probabilístico, con muestra basada por conveniencia, es decir, se aplicara encuesta a los trabajadores de la empresa en general. Los cuales son un total de 10.

7. RESULTADOS

1. Caracterización la formación del personal en Distri-Lorica.

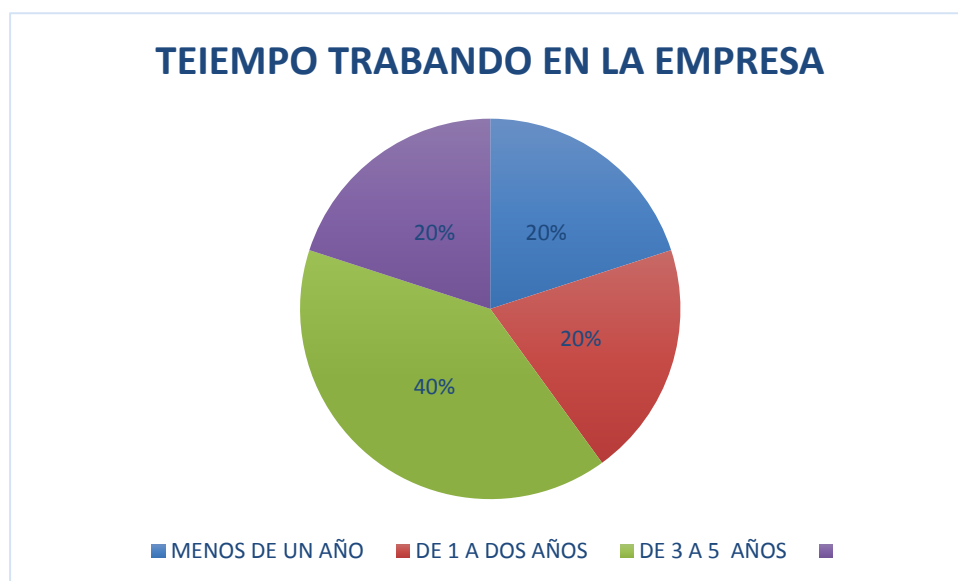


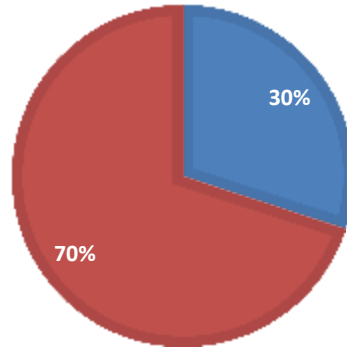
FIGURA 1: TIEMPO LABORADO EN LA EMPRESA

FUENTE: MELISA Y DANILIS

De lo anterior, se obtiene que un 40% tienen entre 3 y 5 años laborando en la empresa, seguido encontramos que hay un 20% de personas con tiempo menor a un año al igual que los que tienen entre 1 y 2 años y el otro 20% tiene más de 5 años.

RECIBIÓ CAPACITACIÓN PARA INGRESAR A LA EMPRESA

■ 1 ■ 2



Según los resultados que obtuvimos fue que el 70% de los trabajadores no recibieran capacitación para el ingreso a la empresa. Lo que indica que el 30 % si recibió capacitación.

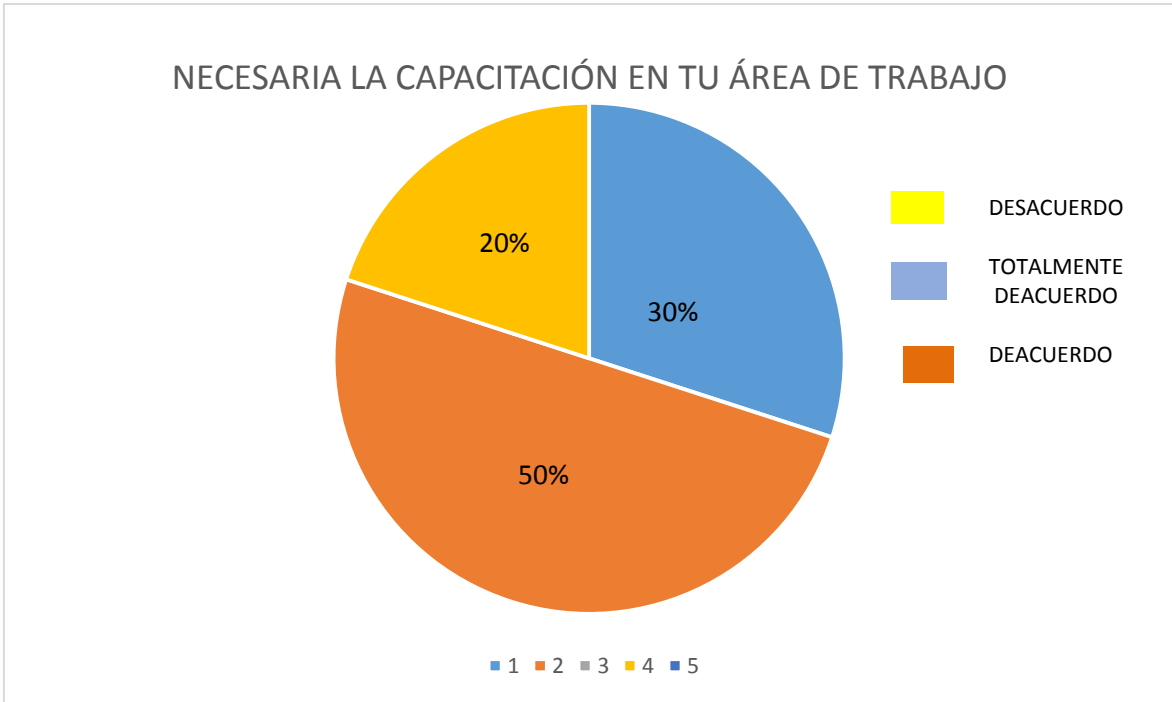
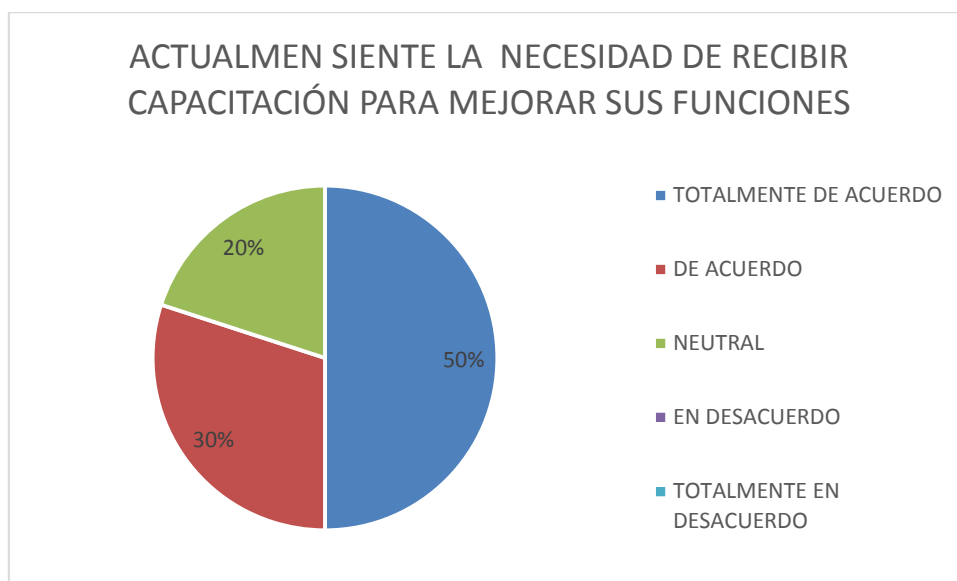


FIGURA 3: CAPACITACION EN EL AREA DE TRABAJO
FUENTE: MELISA Y DANILIS

De la gráfica podemos observar que el 50% de los trabajadores están de acuerdo en que necesitan capacitación en su área de trabajo, un 30% está totalmente de acuerdo que requieren de la capacitación y un 20% en desacuerdo,



**FIGURA 4: CAPACITACIÓN PARA MEJORAR SUS FUNCIONES
FUENTES: MELISA Y DANILIS**

De acuerdo a los resultados, notamos que el 50% están totalmente de acuerdo que requieren de una formación continua en su lugar de trabajo, un 30 % dice que de acuerdo y el 20% se manifiesta neutral en su decisión.

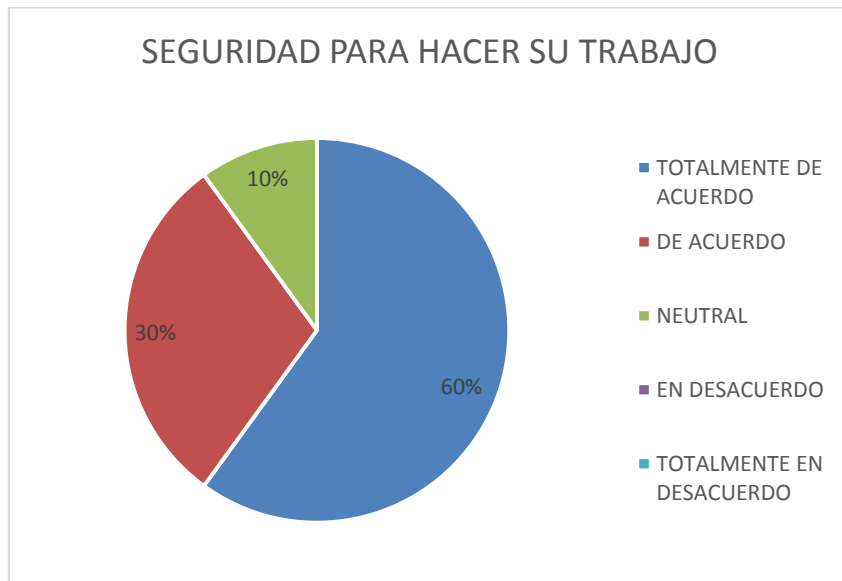


FIGURA 5: SEGURIDAD EN EL TRABAJO
FUENTE: MELISAQ Y DANILIS

La seguridad para realizar el trabajo es indispensable en el trabajador, y frente a este un 60% dice que está de acuerdo, el 30 de acuerdo y el 10% neutral.

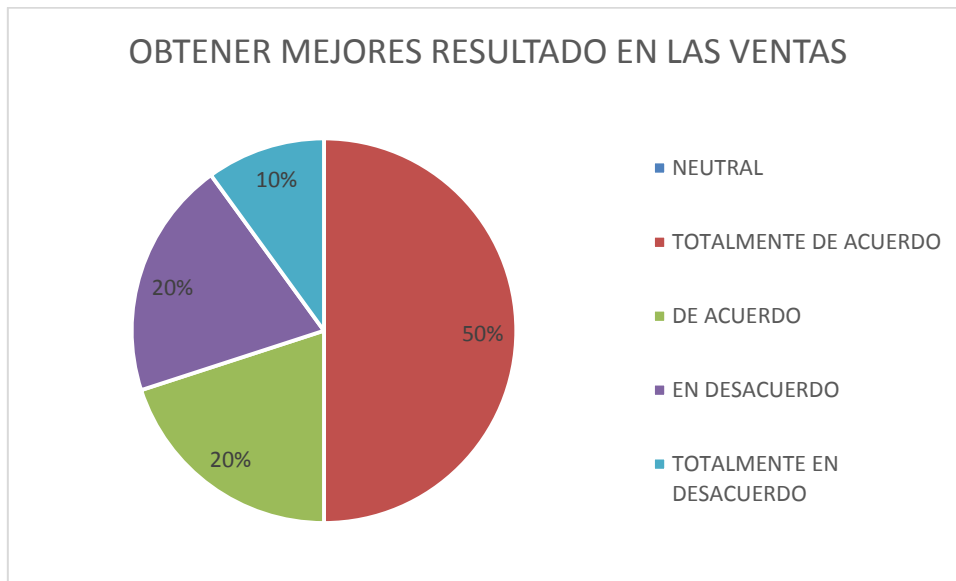


FIGURA6: OBTENER MEJORES RESULTADOS EN LAS VENTAS
FUENTE: MELISA Y DANILIS

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 50% de los trabajadores, manifiesta estar totalmente de acuerdo que puede tener mejores resultados en las ventas, mientras que el 20% dice estar de acuerdo frente a un 20 % que dicen estar en desacuerdo y finalmente el 10% totalmente en desacuerdo.

Análisis de las ventas de Ditre-Lorica en el Municipio.

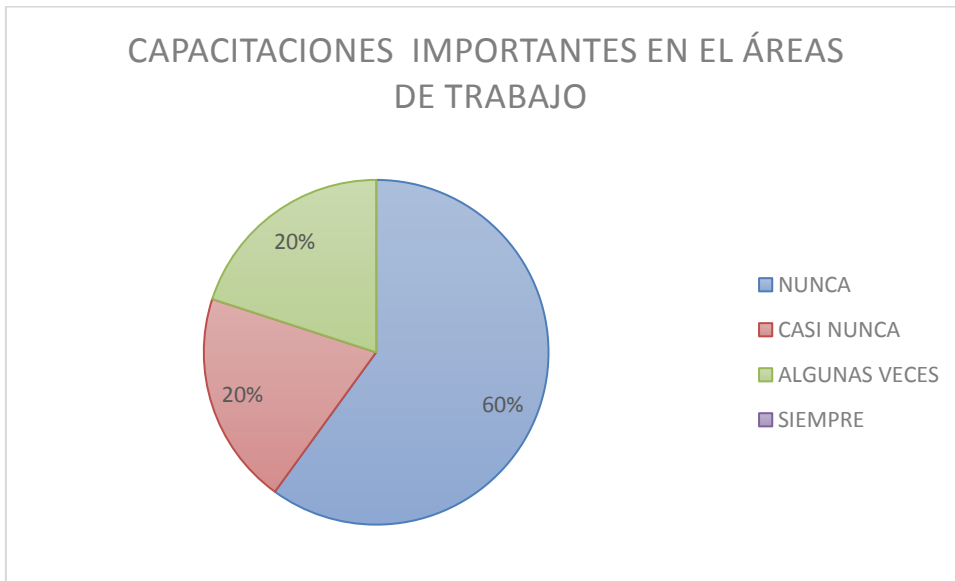


FIGURA 7: CAPACITACIONES IMPORTANTES EN EL ÁREA DE TRABAJO
FUENTE: MELISA Y DANILIS

En cuanto a las capacitaciones recibidas es en lugar de trabajo, el 60% manifiesta que nunca han recibido un curso relevante al puesto de trabajo, el 20% casi nunca y el 20% dice que algunas veces.

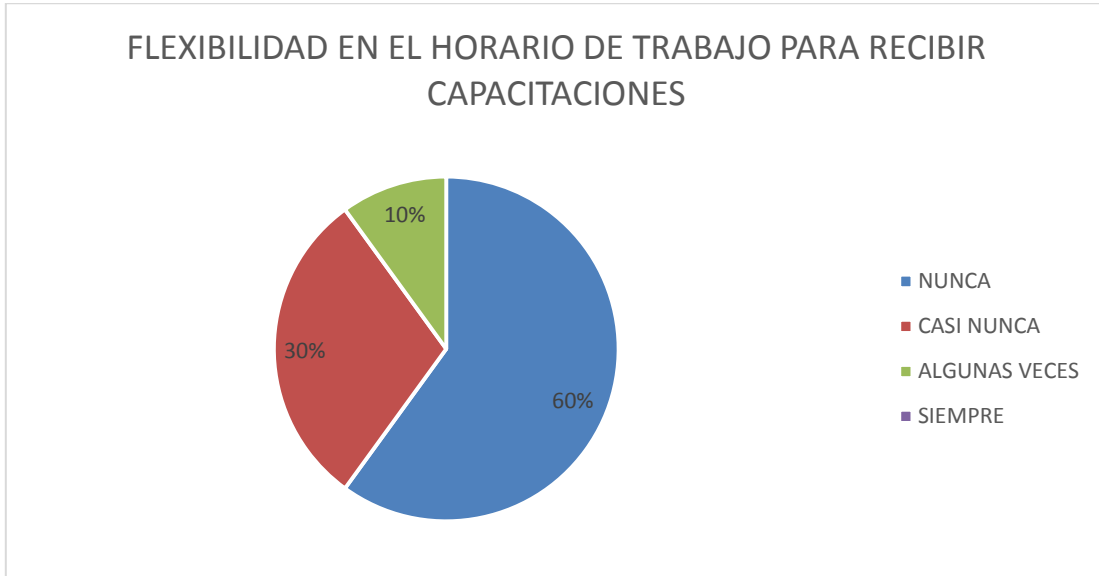


FIGURA 8: FLEXIBILIDAD EN EL HORARIO
FUENTE: MELISA Y DANILIS

En cuanto a la flexibilidad, que ofrece la empresa en el horario para recibir capacitaciones el 60% manifiesta que nunca ha recibido este tiempo disponible para recibir la capacitación, el 30% manifiesta casi nunca y el 10% algunas veces.

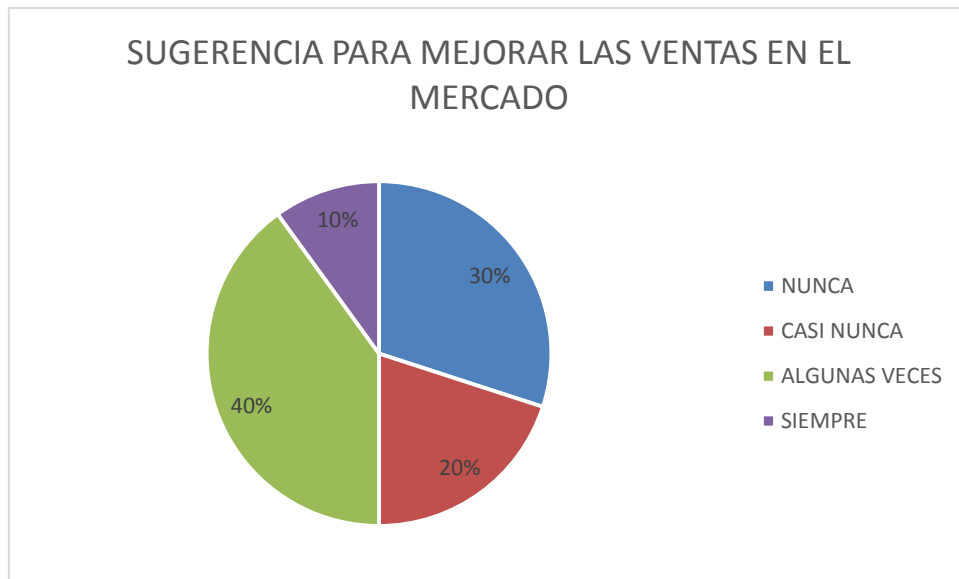


FIGURA 9: SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

FUENTE: MELISA Y DANILIS

En cuanto a las ventas de la empresa, el 40% los empleados dicen que han hecho sugerencias para mejorar, el 20% casi nunca y el 30% nunca, pero una minoría del 10% dice que siempre han hecho sugerencias.

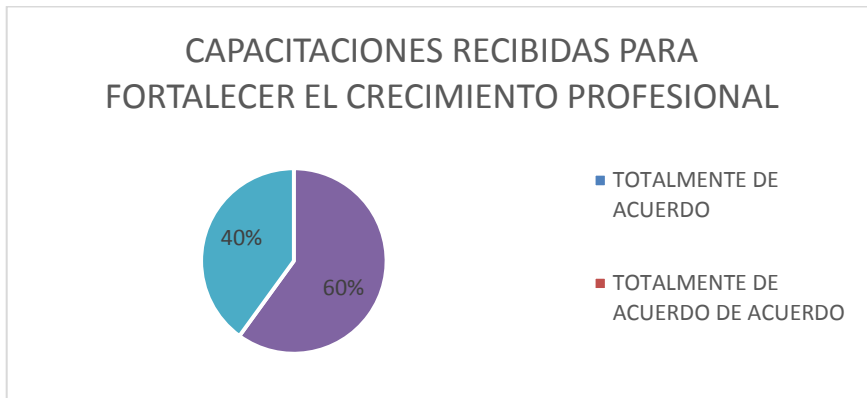


FIGURA 11: CAPACITACIONES RECIBIDAS

FUENTE: MELISA Y DANILIS

En cuanto al fortalecimiento profesional con las capacitaciones recibidas hay un 60% manifestando estar totalmente de desacuerdo por otro lado tenemos que el 40% está en desacuerdo.

8. CONCLUSION

De la siguiente investigación acerca del capital humano la cual se realizó para determinar si realmente la empresa Distri-Lorica está invirtiendo en su capital humano.

Se pudo concluir que: la inversión del capital humano no se está invirtiendo lo suficiente.

El personal no es el más idóneo para desempeñarse en el áreas de venta.

9. RECOMENDACIONES

Como hemos podido detectar Distri-Lorica no cuenta con un personal altamente capacitado en ventas portal razón no está preparada para enfrentarse al mundo globalizado en el que nos encontramos, y además que para ser una empresa que maneja un volumen de venta, debe mejorar la formación del capital humano en esta área le sugerimos lo siguiente:

- Realizar una mejor selección del personal que ingresa en el área de ventas
- Elaborar un plan de Gestión de Inversión en la Formación del Capital humano.
- Implementar un modelo de capacitación para el personal.

10. BIBLIOGRAFIA

<http://www.degerencia.com/tema/ventas>

[dia de la consuta 2 noviembre 2017](#)

Marino Valencia Rodríguez... Vol.1 No. 2, 2005 (Julio - Diciembre). 21
1 DE noviembre 2017

11. ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES DE DISTRI-LORICA

La presente encuesta permitirá analizar la influencia que tiene la formación del personal en las ventas en Distri-Lorica en el mercado.

Seleccione la respuesta que considere califica el nivel de formación en la Empresa en cada una de las siguientes preguntas de selección múltiple con única respuesta.

1. CUÁNTO TIEMPO LLEVA USTED TRABAJANDO PARA LA EMPRESA?
 - a. Menos de un año
 - b. 1-2 años
 - c. 3-5 años
 - d. Más de 5 años.

2. Recibió capacitación al momento de ingresar a la empresa?
 - a. Si
 - b. No

3. CREE NECESARIA LA CAPACITACIÓN PERMANENTE EN SU ÁREA DE TRABAJO?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Neutral
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

4. ACTUALMENTE SIENTE LA NECESIDAD DE RECIBIR CAPACITACIÓN PARA MEJORAR SUS FUNCIONES?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Neutral
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

5. LOS CONOCIMIENTOS QUE TIENE ACTUALMENTE LE DAN SEGURIDAD PARA HACER BIEN SU TRABAJO?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Neutral
 - d. En desacuerdo

6. CREE QUE SU DESEMPEÑO LE AYUDA A TENER MEJORES RESULTADOS EN LAS VENTAS?
 - a. Muy satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Neutral
 - d. Insatisfecho
 - e. Muy insatisfecho

7. LE HAN IMPARTIDO CURSOS DE CAPACITACIONES RELEVANTES E IMPORTANTES EN SU ÁREA DE TRABAJO?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. Algunas veces
 - d. Siempre

8. LOS HORARIOS DE CAPACITACIÓN QUE LE HAN IMPLEMENTADO SON AJUSTADOS A TU HORARIO DE TRABAJO?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. Algunas veces
 - d. Siempre

9. ¿HA REALIZADO USTED SUGERENCIA A LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA PARA MEJORAR LAS VENTAS EN EL MERCADO?
 - a. Nunca
 - b. Casi nunca
 - c. Algunas veces
 - d. Siempre

10. DESDE SU PUESTO DE TRABAJO PUEDE HACER QUE LA EMPRESA MEJORE LAS VENTAS EN EL MERCADO?
 - a. De acuerdo
 - b. Neutral
 - c. En desacuerdo
 - d. Totalmente en desacuerdo

11. LAS CAPACITACIONES RECIBIDAS EN LA EMPRESA FORTALECEN SU CRECIMIENTO PROFESIONAL?
 - a. De acuerdo
 - b. Neutral
 - c. En desacuerdo
 - d. Totalmente en desacuerdo