

¿Cuáles son aspectos influyentes en el éxito de la fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo?

Autora: MBA Helen Jara Phillips¹

San José, Costa Rica

Junio 2012

Resumen

El objetivo de este trabajo es identificar los factores de éxito que influyen en la fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo. Con el fin de demostrar que el mercado laboral de ventas de una sector que tiene mucho para explotar y se puede hacer carrera profesional que ayuda a las personas que trabajan en este ámbito laboral y poder subir o tener la oportunidad de otros puestos relacionados. Tomando en cuenta que capacitaciones se deben de introducir desde un inicio y cuales se deben de dar refrescamientos para que sean más solidos en la materia. No dejando de lado la parte motivacional de las personas, ya que son la cara el negocio ante todos los clientes que se visitan y compran los productos que produce y vende la empresa. Es por esto que se realizado el estudio y se consulto a la misma fuerza de ventas que les hace falta en capacitación y motivación para tener el éxito en la fuerza de ventas.

Abstract.

The aim of this study is to identify the success factors that influence the sales force of a consumer products company. In order to demonstrate that the labor market of sales of a sector that has much to operate and can be career that helps people working in the workplace and to raise or have the opportunity to other related positions.

¹ Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas en Énfasis de Recursos Humanos de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología de Costa Rica.

Considering that training to be introduced from the start and which should give updates to be more solid in the materials. Not leaving the motivational part of the people, as they are the business side to all customers who visit and buy the products manufactured and sold the company. That is why the study was conducted and consulted to the same sales force they need in training and motivation to complete success.

Palabras Clave: Fuerza de Ventas, consumo masivo.

Key Words: Sales Force, consumer products.

Título del trabajo de Investigación aplicada

¿Cuales son aspectos influyentes en el éxito de la fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo?

Introducción

Hoy en día las empresas tienen que ser más eficientes y eficaces en un mundo más globalizado y competitivo, donde la empresa también debe pensar en procesos más de ventas y humanos que ayuden a obtener el éxito. Si se enfoca en los recursos humanos de una manera más óptima con herramientas que le faciliten trabajar sin inconvenientes, tanto el negocio como el personal que se dedica a esta actividad se benefician de una manera impresionante.

Los mercados actuales son competitivos, cambiantes y exigentes con las fuerzas de ventas ya que son el factor vital y marcan la participación de sus productos y marcas del mismo. Dando otro énfasis para brindar habilidad y capacidad para generar ingresos y lograr las metas establecidas, guiados por sus gestores (gerentes, supervisores, coordinadores) que constituyen un recurso clave.

Es por esto que se deben de analizar los aspectos que influyen en el éxito de la fuerza de ventas de consumo masivo, ya que no solo se debe enfocar la empresa en sus

estrategias de ventas sino también como esta capacitada su personal para vender y obtener los resultados esperados, establecidos por los gestores y el giro del negocio.

Adicionalmente, la empresa tiene que analizar los aspectos de motivación de la fuerza de ventas para mantenerse laborando, consiguiendo o superando los resultados que se esperan o fueron establecidos en un cierto periodo del año.

Con todo lo anteriormente mencionado se realizara el estudio de los aspectos influyentes en el éxito de la fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo.

Objetivo Principal

Determinar los aspectos de motivación y capacitación que contribuyen al éxito de la fuerza de ventas dentro de una empresa de consumo masivo.

Objetivos Específicos

1. Definir que es una fuerza de ventas exitosa para la empresa de consumo masivo.
2. Determinar las 3 necesidades más relevantes de motivación que se deben influyen en la empresa para la fuerza de ventas exitosa.
3. Determinar las 3 necesidades más importantes de capacitación que se deben satisfacer en la empresa para la fuerza de ventas exitosa.

Variables

Seguidamente las variables para desarrollar los objetivos del trabajo de investigación aplicada.

Cuadro 1. De las Variables y sus respectivas mediciones.

Variables	Medición

Exitosa o No	<p>Buscar definiciones.</p> <p>Entrevistas a Gerentes de ventas.</p>
Motivación <ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad • Respeto • Orgullo • Camaradería • Aspectos personales 	<p>Comunicación, Capacidad, integridad</p> <p>Soporte, colaboración, apreciación</p> <p>Trabajo, grupo, organización</p> <p>Cordialidad, hospitalidad.</p> <p>General pero personal.</p>
Capacitación <ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Conocimiento de los productos • Conocimiento de la empresa • Conocimientos tecnológicos • Estrategia de Ventas • Negociación. 	<p>Tipo de capacitaciones</p> <p>¿Cada cuanto?</p> <p>¿Quien se los imparte?</p> <p>¿Cuando y donde?</p>

Fuente: Elaboración propia.

Justificación

Conseguir una fuerza de ventas de consumo masivo exitosa se debe invertir tiempo, tecnología para motivar y capacitar a los recursos en los aspectos que influyan, para que se alcancen los resultados establecidos. Conociendo que es un factor vital para el negocio este tipo de mercado laboral y son un pilar que mantiene a la empresa en mercado ante la competencia. Además, la fuerza de ventas es la imagen de la misma, sin ella no se podría existir y tener éxito.

Marco Teórico

Como todos sabemos la fuerza de ventas es uno de los principales motores de la empresa para que mantenga la productividad, liderazgo y motivación que desde la gerencia hasta la fuerza de ventas les pueda dar.

Para gestionar una fuerza de ventas exitosa se debe conducir a logros cada vez superiores, maximizando los recursos reclutados, elevando el liderazgo, entrenamientos, capacitaciones, motivaciones que mejoren al mercado y competencia con estrategias de táctica.

La fuerza de ventas es un equipo de vendedores de una empresa que forma parte entre la comunicación entre el vendedor y el comprador, es por este punto tan importante que este segmento de mercado laboral no se puede descuidar y se tiene que actualizar con nuevas técnicas para informar, persuadir, desarrollar actitudes que representen y son la imagen de la empresa para la cual labora, presta el servicio para captar la transmisión de los cambios en el mercado.

Entre los beneficios de la capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos de una fuerza de ventas y se podría mencionar los siguientes:

- Una fuerza de ventas buena siempre cumplirá y excederá los objetivos establecidos por la empresa para crecer y mantener la lealtad de los clientes.
- Si la fuerza de ventas conoce de los productos, el comerciante se hace leal por que reconoce que son leales con su misma empresa.
- Los entornos de trabajo es otro factor que potencializan el respeto, la moral y confianza siendo más productivos.

Uno de los puntos mas importantes para lograr que la fuerza de ventas exitosa desde el inicio de la contratación se debe seleccionar un perfil adecuado para el mercado laboral según el giro de la empresa y no solo depender de excelentes productos o servicios para el éxito del mercado.

Sin importar el tamaño de la empresa la fuerza de ventas es el secreto para que sus productos se vendan y es por esta razón que a este mercado laboral no se puede descuidar. No solo se debe de capacitar en los productos del negocio sino en otros aspectos más que se unen uno con el otro para poder llevar a cabo la venta tales.

La fuerza de ventas es una herramienta que utilizan las empresas para vender cada día más, ya que es la combinación de datos, procedimientos, personas para generar un alto volumen de ventas. Eso si con la organización, motivación, y control que forman parte del plan de mercado de la empresa.

Después de haber mencionado que es una fuerza de ventas y porque es exitosa en una empresa también se analizaran los otros aspectos importantes que ayudan a este personal se supere, refuerce y motive para continuar con sus labores de ventas de productos de consumo masivo como es la capacitación y la motivación.

La capacitación o el desarrollo de las personas, es una actividad que se realizan en las empresa para responder las necesidades, mejorar la actitud, conocimiento, conductos y habilidades de las personas. Este tipo de capacitaciones las puede brindar las empresas o sino la persona en son de superación los llevan a acabo.

Según las necesidades de un puesto en el mercado laboral y los continuos cambios, prácticamente ya no hay puestos estáticos y se tiene que capacitar a las personas con ciertos periodos para prepararlo y continuar con los cambios de las fututas demandas.

Las capacitaciones en general en una empresa deberían seguir con el siguiente ciclo:

- La primera capacitación que le brindan al empleado, sea impartida por el superior o directamente del departamento de Recursos Humanos para dejar las pautas por escrito y que sea de forma uniforme con el resto de la fuerza de ventas.
- Las capacitaciones que se brindan en la empresa según las innovaciones que afecten las actividades, tareas u otras funciones del personal. Estas capacitaciones las brinda el experto en la materia o la una innovación para que se les explique totalmente todo y poder evacuar todas las consultas de las personas. Otra forma que las capacitaciones se brinden es cuando se quiere reforzar un proceso específico que este impactando considerablemente al negocio y los empleados.
- Se pueden mencionar las capacitaciones más formales que la empresa puede invertir un dinero para que expertos en la materia les brinden la información en son de formación formal y reconocida.
- Y por ultimo seria la capacitación impartida por los altos grados gerenciales para desarrollar las actitudes de conocimientos y habilidades.

Conociendo lo anterior mencionado lo que se busca es que el personal sea capacitado adecuadamente a un nivel de experiencia y formación exclusivas para cada negocio o empresa.

A continuación se mencionara y analizara los aspectos de capacitación que se deben de trabajar con la fuerza de ventas a nivel de formación y desempeño desde la capacitación básica en técnicas en ventas, atención al cliente hasta formaciones mas avanzadas en diferentes modelos de negociaciones en comunicación:

- Servicio al cliente: es dejar en claro a la fuerza de ventas que es *“la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción”*²
Es por esta definición que esta capacitación de les debe de brindar periódicamente a los vendedores por que son la imagen de la empresa ante los clientes que atienden diariamente. Es por esto que la siguiente párrafo me llamo mucho la atención y es algo que se les recuerda a la fuerza de ventas para seguir vendiendo el producto: *“Un cliente satisfecho siempre es importante para tu negocio pero, un cliente satisfecho que confíe en ti, es un socio comercial que te ayudará a incrementar tus ventas mes a mes a través de personas que ellos mismos te recomendarán. Conoce cómo obtener referidos de la más alta calidad”*³
- Conocimiento de los productos: este tipo de capacitación lo mas importante y como regla numero uno es conocer el producto que se quiere vender por que por mas técnicas que se tenga si no se conoce el producto no vale de nada para la venta.

Es por esto que seguidamente se mencionaran las tres normas básicas:

1. Siempre se debe hablar el mismo lenguaje que el cliente
2. Siempre los atributos o características del producto se convierten en beneficios.
3. Siempre se le explica que pueda hacer con el producto.

² Concepto o definición de Servicio al cliente, Recuperado el 6 de mayo del 2012 de http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente

³ Artículo de sobre como incrementar las ventas, "Incrementa tu fuerza de ventas: convierte a tus clientes actuales en tus mejores vendedores" Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/ventas-pymes-obtener-referidos-clientes-satisfechos.html>

Pero sobre todas las cosas se conoce a fondo el producto de su empresa como de igual manera los productos de la competencia para poder venderlo mejor.

- Conocimiento de la empresa: Esta capacitación esta muy de mano con la capacitación anterior, por que se debe conocer muy bien para que empresa usted labora, cual es actividad principal y sus respectivos productos y sobre todo los productos que le toca vender. Además, conocer también parte de la competencia para que pueda hablar con más fundamentos.
- Conocimientos tecnológicos: Esta capacitación es una de las más importantes para mi concepto personal, por que con ayuda de la tecnología las ventas han dado un giro impresionante para agilizar ventas.

Es por esta razón la fuerza de ventas se debe capacitar para que pueda usar apropiadamente los equipos que se compran en la empres para llevar apropiadamente la venta cuando se visitan los clientes.

- Estrategia de Ventas: Para que alcancen consistentemente sus metas con calidad y por qué no que superen ampliamente cada una de ventas con técnicas para incentivar con bonificaciones entre otros.
- Negociación: *"La negociación es un proceso de comunicación dinámico en el cual dos o más partes intentan resolver diferencias y defender intereses en forma directa a través del diálogo con el fin de lograr una solución o un acuerdo satisfactorio."*⁴ Normalmente, cuando se escucha la palabra negociación se piensa que solo los altos mandos o temas de dinero, llevan a cabo negociaciones pero diariamente en nuestras vidas nosotros también hacemos negociaciones por las preferencias, gustos, actitudes, gustos entre otros. Es por esto que de igual forma es importante capacitar a la fuerza de ventas para que hagan negocio en nombre de la empresa para la cual se labora.

Seguidamente también se mencionara el tema de la motivación que de igual manera son aspectos que ayudan que la fuerza de ventas a seguir adelante con las ventas y continuar con la empresa para la cual laboran.

⁴Definición de Negociación, "La negociación", Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.crecenegocios.com/la-negociacion/>

La definición de motivación nos indica lo siguiente: *“Motivar en gerencia es inspirar a la gente, individualmente o en grupo, de manera que produzcan los mejores resultados posibles”*⁵. Como bien se define es para alcanzar los mejores resultados, sea individual o en grupo, el punto mas importante es que sea positivo e influya a la fuerza de ventas a continuar con el mismo norte que va la empresa.

Por esta razón, a continuación de mencionaran diferentes aspectos que influyen y son además revisados por la empresa periódicamente para acompañar a la fuerza de ventas para que sean de éxito y así a la vez comparativos con la competencia para mantenerlos y por qué no seguir trabajando por cada uno de ellos para superarlos.

Seguidamente los aspectos que se tomaran en cuenta para el trabajo de investigación aplicada:

- Credibilidad: como bien lo menciona su definición *“es la cualidad de creíble (que puede o merece ser creído). El término procede del vocablo latino credibilis.”*⁶En esta motivación lo se desea resaltar es la comunicación, capacidad e integridad que la fuerza de ventas tiene.
- Respeto: es otra motivación importante que debe soportar, colaborar y apreciar la fuerza de ventas para que influyen en el éxito.
- Orgullo: es el aspecto que la fuerza de ventas debe de trabajar en grupo para que su trabajo sea individual y de toda la organización por la empresa y los productos que se venden y se representan día tras día en las calles.

Aspectos personales: para este aspecto se puede mencionar la teoría de motivación como es la conocida la pirámide de Maslow, seguidamente las cinco áreas de necesidades de cada ser humano:

1. Fisiológicas: Son las necesidades básicas de subsistencia como refugio, comida, sexo, sueño entre otras.
2. Seguridad: Son las necesidades psicológicas, dan tranquilidad y confianza como seguridad, salud y el orden.

⁵Definición de Motivación, “Motivación” Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.degerencia.com/tema/motivacion>

⁶ Definición de Credibilidad “Credibilidad” Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://definicion.de/credibilidad/>

3. Necesidades sociales: Interactuar con otras personas, en ámbitos familiares, sociales, religioso entre otros.
4. Estima: Necesidades y deseos afectivos como el amor, satisfaga su ego. Además de lograr el éxito, prestigio y reconocimiento.
5. Auto-actualización: Deseos de satisfacción personal como es el triunfo, sensación de poder y dominio. Incrementa la autoestima alcanzando metas difíciles.



Preparado en junio del 2000 por el Prof. Gonzalo Rivero Torrico. Revisado en mayo del 2008. sag, Modificado por PSP. Griselda Luna⁷

Las anteriores motivaciones han sido consideradas para ver si influyen en el éxito de una fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo, como se pueden de mantener y cada vez superarlas ante las dificultades y obstáculos que se enfrentan tanto interno como externo (competencia).

⁷ Pirámide de Maslow con sus áreas de necesidad, Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://proyeccion.blogspot.es/1254454320/>

Metodología

Para esta parte primero que todo como fuentes primarias se tiene la encuesta que se aplicara a 50 personas de la fuerza de ventas de una única empresa en Costa Rica, cuenta con 8 preguntas entre cerradas, abiertas y selección múltiple; o sea es mixta, adicionalmente se aplicaran entrevistas a personas que trabajan en el área de Recursos Humanos y los gerentes de área, es decir un enfoque cualitativo y cuantitativo. La encuesta es un método más común que se usa en la investigación porque permite una amplia información de las personas encuestadas y mediante el uso de un cuestionario diseñado de forma previa para conseguir la información que se desea obtener. En lo que se refiere a las entrevistas es el dialogo que se entabla entre dos o más personas para un fin determinado y encontrar todos los aspectos que ayudan a mejorar las capacitaciones y motivaciones para obtener una fuerza de ventas exitosa, y ayudar a las empresas a mantener o superarlos. Con ambos enfoques se espera información relevante que ayude a demostrar buenos resultados con los aspectos que influyen en la fuerza de ventas exitosa en el día para obtener los objetivos esperados.

Otro método es el de la Observación, que también es utilizado entre la fuerza de ventas cuando salen a vender, cuando regresan y sobre todo cuando se acerca el fin de mes cuando son los días finales para saber si se obtuvieron los objetivos establecidos y como se siente la fuerza de ventas durante el ciclo de un mes.

Con todas las anteriores lo que se espera es revisar con los aspectos que influyen en el éxito de una fuerza de ventas de consumo masivo, es identificar si es un proceso interno o externo el que hace que este demore varios días para que se cree la solicitud de pedido y se dé la respectiva aprobación de la orden de compra para enviar al proveedor el número de orden de compra para que haga llegar todo lo solicitado en el tiempo ya previamente ya establecido por contrato de la entrega de la compra.

Al finalizar los anteriores métodos se realizara el estudio de resultados para ver las tendencias de los diferentes tipos de procesos para la compra de suministros de oficina hay en las empresas, en que es lo que más les demora en el proceso, en que más les impacta y como ellos esperarían que este proceso fuera mejor para agilizar las compras y no sufrir tanto con las mismas o determinar que el proceso se debe seguir de esa manera porque es la mejor y fácil de realizar y yo que estoy afuera no sabe si es cierto o no hasta

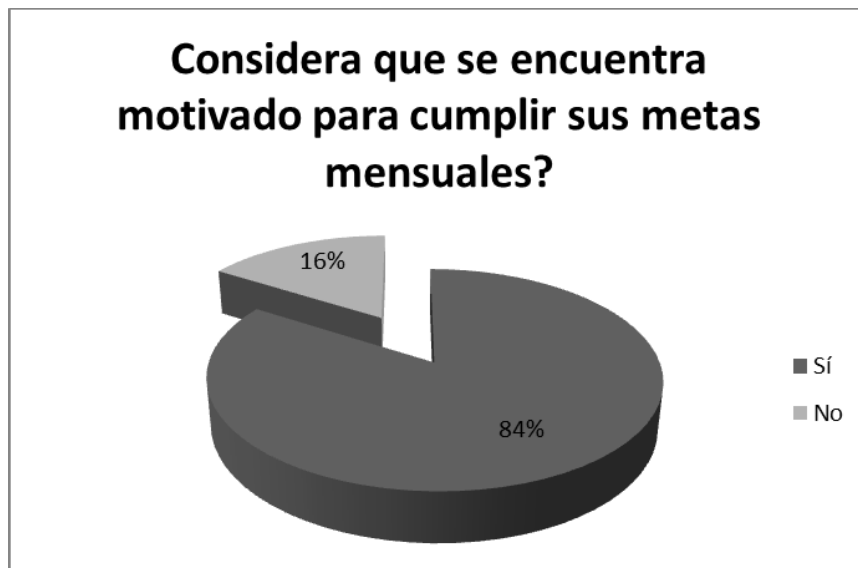
ver los resultados de todos los métodos mixtos que estoy usando para la investigación aplicada.

Análisis de Resultados

Posteriormente de haber aplicado una encuesta a 50 personas de la fuerza de ventas de la empresa se tabulo los resultados para analizar la tendencia de este sector de mercado laboral actualmente en el país de Costa Rica.

Como se puede observar en el grafico siguiente gran cantidad de personas actualmente se encuentran motivadas para realizar su trabajo que es la fuerza de ventas y como muchas personas dicen que es el corazón de la empresa para generar los ingresos principales de la misma. Este es un porcentaje bastante favorable y puede ayudar a que el resto de las personas de igual manera se motiven para alcanzar las metas establecidas.

Grafico 1. Porcentaje de personas motivadas para cumplir sus metas.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

Otra de la consultas que se realizo fue si las capacitaciones les han ayudado a desempeñar el puesto actual, y viendo el resultado el porcentaje no fue tan alto a como fuera esperado pero este puede ser un factor que la empresa pueda enfocarse un poco mas para que les ayuda a la fuerza de ventas con nuevas técnicas o estrategias y así ayudar al empleado a realizar su trabajo con mas éxito y mejores resultados que favorezcan a la empresa.

Grafico 2. Porcentaje de capacitaciones que le han ayudado a la fuerza de ventas en su puesto actual.

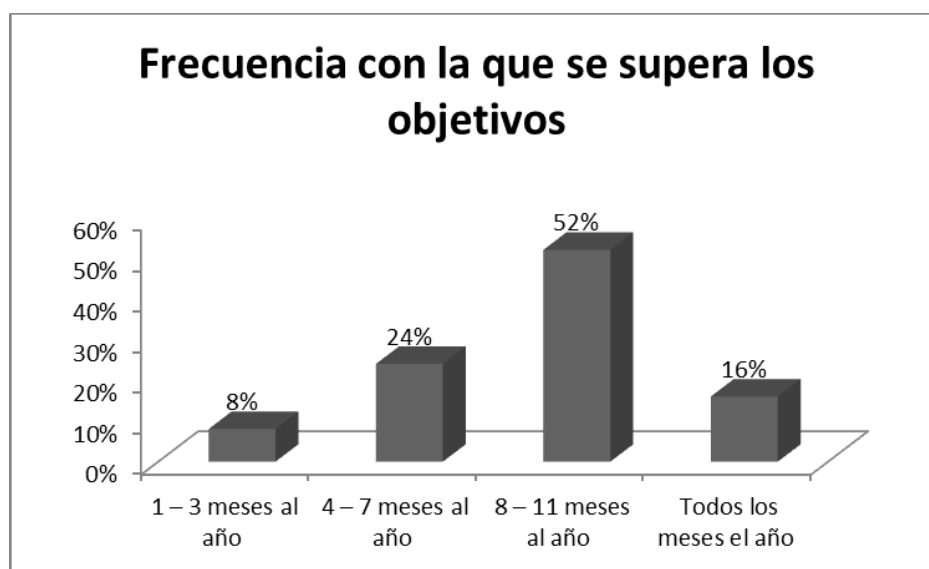


Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

A continuación se puede observar la frecuencia promedio anual con la que la fuerza de ventas supera las metas u objetivos establecidos por la empresa para conseguir mejores incentivos y así demostrar que si se puede lograr lo que la empresa o jefes esperan de las ventas meta. Este resultado es uno de los que mas me agradan ver porque deja mucho que decir de la fuerza de ventas de la empresa, ya que el porcentaje mayor esta en el rango de 8 a 11 meses con un 52%; esto significa que la mitad o un poco mas esta enfocado en lo que se desea tanto la empresa y la razón de ser de los empleados que desempeñan este puesto. Y por que no mencionar el porcentaje de las personas que

seleccionaron que todos los meses superan los objetivos y es un porcentaje bastante alto que significa como dice el dicho: "tienen la camiseta puesta". Son personas que logran y saben y hasta puedo decir tienen pasión por el puesto. Sumando ambos porcentajes se llega a un 68% que es bastante favorable para la fuerza de ventas.

Grafico 3. Frecuencia con la que superan los objetivos mensuales



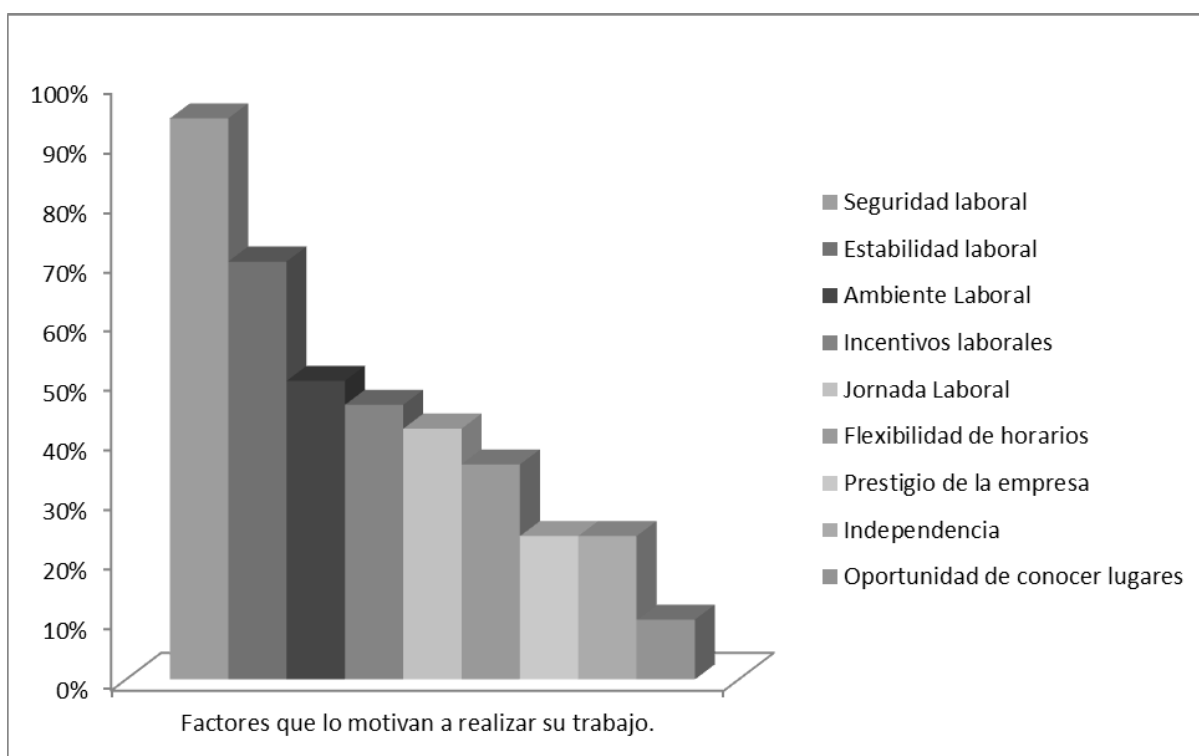
. Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

Actualmente la fuerza de ventas mencionó varios factores que los motivan a realizar su trabajo. Como esta pregunta es abierta para que cada uno de ellos pudiera expresar personalmente que realmente los motiva indiferentemente que fuera relacionado o no la empresa por eso fue la razón de hacerla abierta y mencionaran bastantes factores y posteriormente se consolidaron las respuestas para su respectivo análisis y poder hacer gráficamente su tendencia.

Como se puede observar en el siguiente grafico la parte económica es el factor principal que fue mencionado por el 100% de las personas encuestas de la fuerza de ventas que los motiva a seguir vendiendo. Seguidamente en segundo lugar que se menciona fue la seguridad laboral que para mi concepto personal considero que es un factor súper importante para cada empleado de la empresa al salir a la calle a realizar su labor, ya que en lo últimos momentos el país incrementando la delincuencia y posteriormente se mencionaron las estabilidad laboral y muy seguido el ambiente laboral, que son de suma

importancia ya que están laborando en una empresa que esta solida y de buen ambiente y esto ayuda ha que los compañeros o grupos de trabajo se les facilite el trabajo. Y para finalizar se mencionaron y tiene un porcentaje muy parecido los siguientes factores: incentivos laborales, jornada laboral, flexibilidad de horarios, prestigio de la empresa, independendia y oportunidades de conocer lugares del país.

Grafico 4. Factores que lo motivan a realizar el trabajo.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

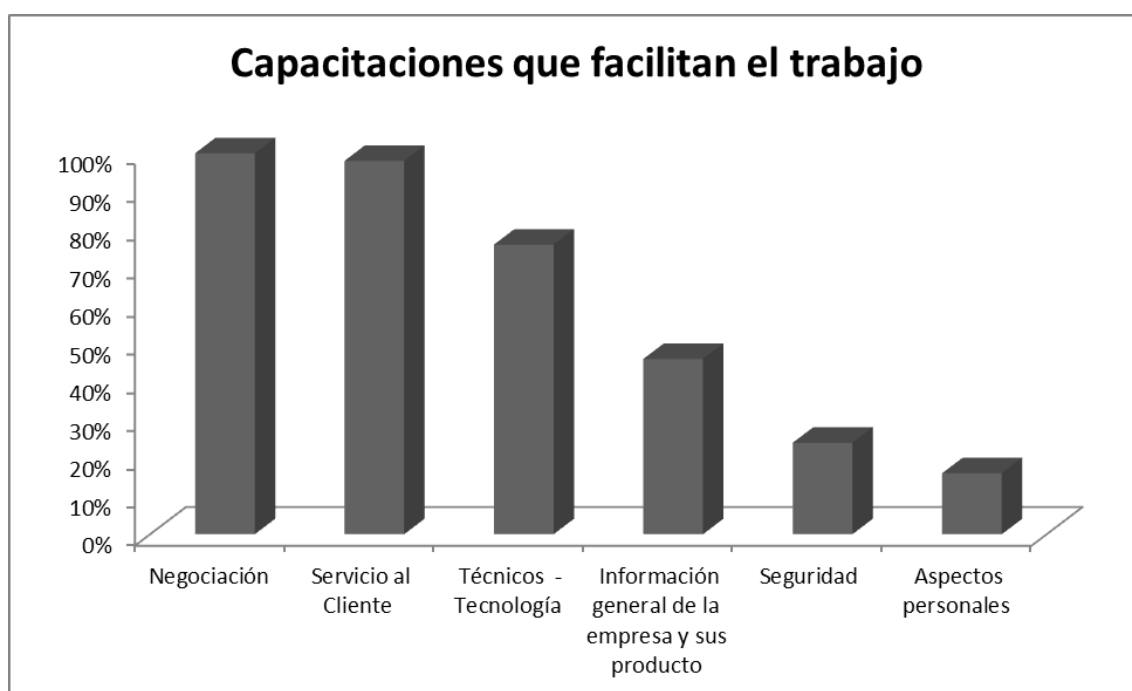
Adicionalmente se le brindo una lista de capacitaciones como servicio al cliente, información de la empresa y sus productos, técnicos, negociaciones, seguridad, aspectos personales; para que seleccionaran múltiples opciones y poder analizar cuales les han ayudado la fuerza de ventas en su día a día. Esto con el fin de identificar en cuales capacitaciones la empresa se debe enfocar o buscar más información para los recursos nuevos que irán formando parte de la fuerza de ventas.

En el grafico siguiente se observa notablemente que la parte de negociaciones es de gran importancia para este puesto, ya que tienen que estar negociando con diferentes clientes de distintos estilos, tamaños de locales, edades, genero, personalidades entre otros aspectos que complementan que la venta de lleve acabo con las mejores términos por ambas partes. Con todo lo anterior mencionado el servicio del cliente va muy de la mano ya que se debe generar en ellos algún nivel de satisfacción.

Otro porcentaje alto de capacitaciones son relacionados a la tecnología que se le llama mas técnicos por los equipos con que sincronizan y registran sus ventas, ya que como todos conocemos este tema es tan cambiante que de igual manera se deben capacitar para darle el mejor funcionamiento al mismo y agilizar el proceso de la venta.

Las otras capacitaciones que de igual manera ayudan y facilitan a la fuerza de ventas es conocer para quien se trabaja y que productos se venden, la seguridad con la que deben manejarse tanto internamente o externamente de la empresa. Y una de las capacitaciones en aspectos personales tuvo el porcentaje menor. Considero que este es uno de los aspectos que la fuerza de ventas se le puede capacitar para si formación profesional y personal; y es de gran ayuda para cada uno de las personas.

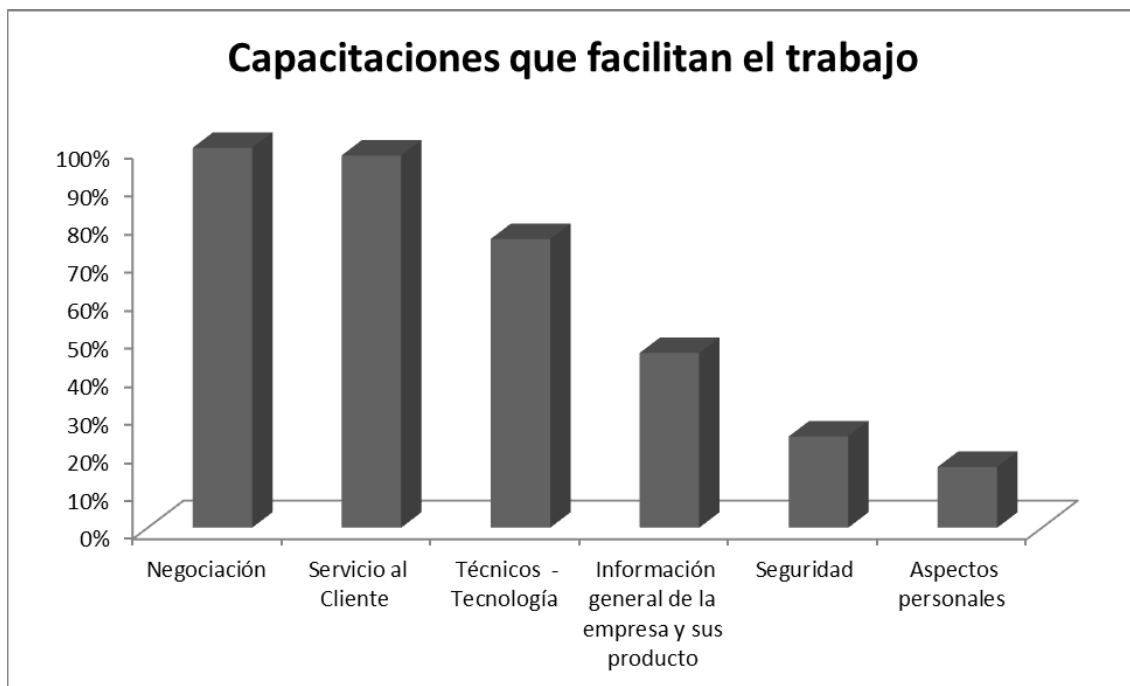
Grafico 5. Capacitaciones que facilitan el trabajo.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

El siguiente grafico es de referencia para analizar que respuesta brindaba la fuerza de ventas sobre si fue capacitado o no al ingresar a la empresa, pero como se puede observar en el grafico un porcentaje bastante alto con un 92 % de las personas antes de iniciar con su rol seleccionaron que sí recibió capacitación.

Grafico 6. Cantidad de personas que fueron capacitados al principio de ingresar a la empresa.

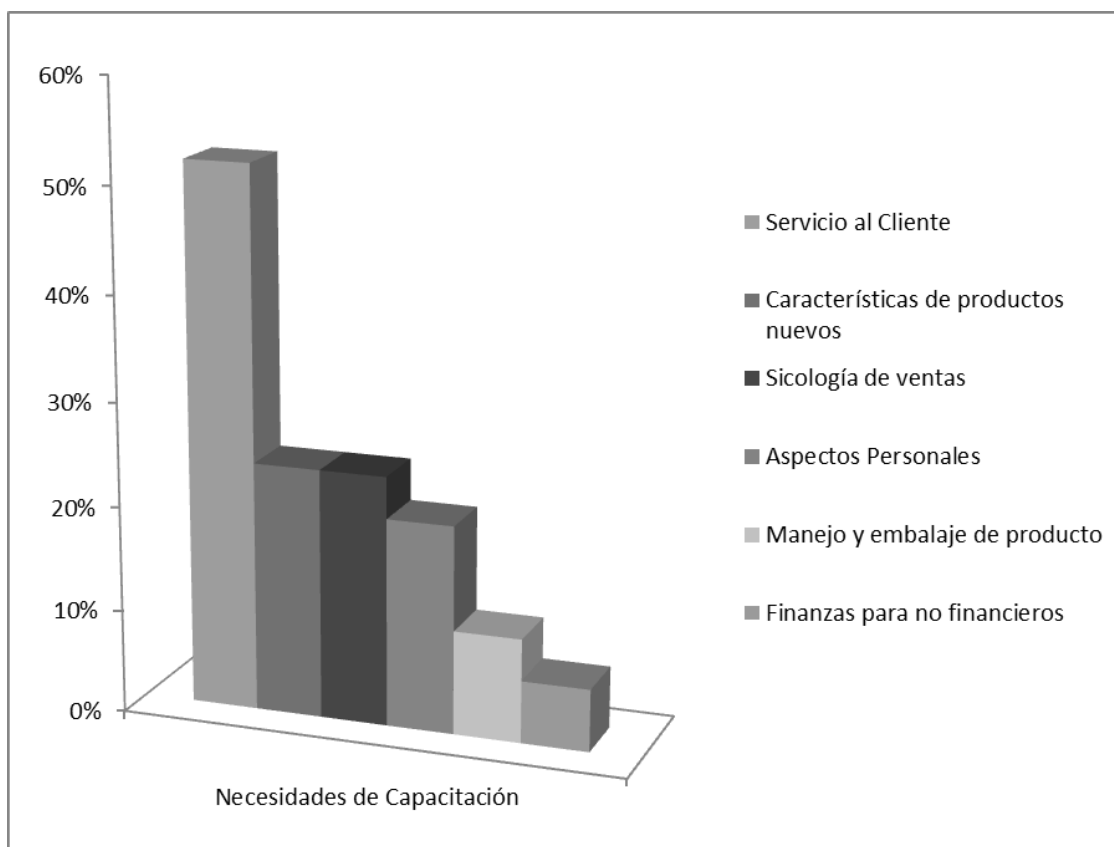


Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo.

Posteriormente se hace una pregunta muy similar sobre que capacitaciones consideran importantes, necesarias o les hace falta para desempeñar mejor su puesto actualmente, siendo esta pregunta abierta para que ellos puedan expresar libremente y luego consolidar los datos, analizar y enfocarse en las creación de las respectivas

capacitaciones y curiosamente la fuerza de ventas la mencionado que el tema del servicio al cliente es de gran importancia para su puesto, ya que todos los días están con los clientes y no todas las veces son las mismas vivencias. Es un tema que la empresa debe considerar en estar actualizando o refrescando a la fuerza de ventas para llevar acabo su puesto. Adicionalmente, mencionaron las capacitaciones de los productos nuevos con todos sus elementos por si les consulta un cliente saber y conocer muy bien lo que están vendiendo y la psicología de ventas que va muy de la mano con las negociaciones que deben de realizar con sus clientes y relacionados con las metas u objetivos mensuales. Además, curiosamente desean conocer más sobre capacitaciones de aspectos personales. Considero que esta última capacitación la fuerza de ventas desea superarse notablemente profesional y personalmente.

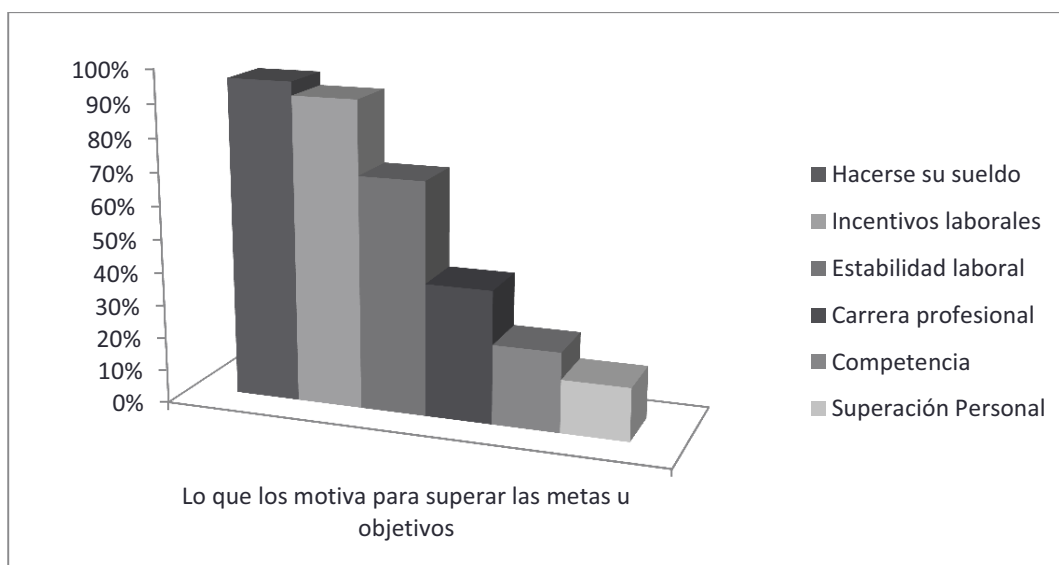
Grafico 7. Necesidades identificadas de capacitación.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo..

Finalmente, la última pregunta de la encuesta esta enfocada en lo que motiva a llegar y superar las metas u objetivos mensuales. En el siguiente grafico es notable que la parte económica sea el factor más importante que circula en este sector de mercado laboral, cada vez quieren y desean más dinero llegando a un porcentaje del 96% de las personas encuestadas. Considero que no solo este sector piensa así sino es algo natural del ser humano que cada vez quiere mas y este es un factor que ayuda mucho a salir adelante y sentirse bien para cumplir las necesidades de cada uno. El otro factor y muy seguido con un porcentaje de 92 % son los incentivos laborales que la empresa les establezca para superar las metas. Nuevamente se menciona la estabilidad laboral, esto ya deja mucho que decir de la empresa y de la fuerza de ventas que se sienten a gusto y estables; o sea quieren demostrar que son buenos para permanecer laborando para la empresa. Entre los otros factores que se mencionaron es que se puede hacer carrera profesional, que hay competencia entre los compañeros pero una competencia bueno para demostrar que si se puede y están entre los mejores para ser considerados en el futuro para cualquier oportunidad laboral. Y finalmente y no la menos importante la superación personal que pueda sentir la fuerza de ventas cuando se identifican las personas que superaron las metas establecidas y son reconocidos ya con parámetros ya previamente establecidos.

Grafico 8. Lo que motiva a superar las metas u objetivos mensuales.



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de la encuesta a la fuerza de ventas de consumo masivo..

Con todos los resultados de la encuesta me identifica que la fuerza de ventas de esta empresa se encuentra motivada y capacitada para llevar a cabo la función principal de la misma, y además que ellos desean cada día más oportunidades para crecer profesional y personalmente.

Con todo lo anterior y los respectivos porcentajes en cada una de las preguntas se puede detectar que la fuerza de ventas es altamente exitosa y cada uno de los miembros hace su papel estar estables y con un ambiente laboral que les favorece a llegar a la meta final así sea mensual, trimestral, semestral o anualmente.

Seguidamente se detallara el método de las entrevistas que se llevaron a cabo también para este trabajo de investigación. El diseño de la entrevista fue abierta, se comenzó hablando el propósito del trabajo con la representante de Recursos Humanos dedicada a este mercado laboral, el nombre de la persona se mantiene en confidencialidad y así posteriormente se fue generando una conversación a donde me brindaron el nombre de los cursos principales al iniciar a laborar en la empresa. A continuación el listado de cursos y su respectiva duración:

- Inducción al puesto
- Marketing Excellence Series (Introducción y desarrollo de competencias de mercadeo de la empresa) Duración 2 días
- Professional Sales Program (El propósito de este programa es ayudarle a incorporar la Versatilidad y Los Estilos Sociales para establecer relaciones de confianza y desarrollar un proceso de comunicación orientado a resultados para trabajar efectivamente con diferentes tipos de clientes.) Duración 1 día
- Getting the Best (Entrenamiento de habilidades de negociación) Duración 2 días

La entrevista fue de forma informal ya que se le consulto a la representante de Recursos Humanos sobre los temas tratados en esta investigación, ya que ella es la encargada de entrenar y darle seguimiento a la carrera profesional de los vendedores de la fuerza de ventas de consumo masivo para capacitarlos y motivarlos a seguir realizando su trabajo y que ayuden a que la fuerza de ventas sea exitosa ante cualquier otra empresa dedicada a la misma área. No se esta brindando el nombre de la empresa ya que se esta manejando de forma confidencial pero se puede brindar el nombre a la persona que lo consulte. Además, ha comentado que la empresa esta entre las mejores empresas para trabajar

por diferentes motivos consultados anualmente y los mismos empleados son lo que responden y dan sus respectivos comentarios de los consultados.

El ultimo método sé que aplico fue el de la observación, este se llevo acabo desde que inicia la jornada laboral de la fuerza de ventas para analizar como se presentan las personas para iniciar su jornada según el plan de rutas que se tenga para ese día.

Conclusiones

- De acuerdo a la justificación fuerza de ventas de consumo masivo exitosa debe invertir tiempo, tecnología para motivar y capacitar a los recursos en los aspectos que influyen y puedan alcanzar los resultados esperados.
- La mayoría de las personas que laboran en la fuerza de ventas lo que los motiva casi al 100% es el factor económico mientras se incremente ellos están contentos dando lo mejor de ellos y para le empresa.
- Gran parte de la fuerza de ventas expresa que tiene necesidad de capacitarse para no quedarse estancado toda la vida en el mismo puesto y que es muy difícil poder estudiar en horarios establecidos ya que este tipo de mercado laboral nos les permite asistir.
- La empresa y el departamento de Recursos Humanos deben continuar capacitando y motivando a la fuerza de ventas para que sea exitosa tomando en consideración todos los aspectos que influyen y fueron mencionados en la investigación.

Recomendaciones

- Formar y ayudar a la fuerza de ventas para que sea exitosa con su trabajo para que los beneficie a ambas partes.
- Incluir más capacitaciones para que la fuerza de ventas desarrolle una carrera profesional con éxito desde el inicio y pueda crecer hasta alcanzar algún alto mando de la empresa.
- Aplicar capacitaciones y cursos de motivación con expertos en la materia en un determinado tiempo para comprobar el efecto y resultados esperados.
- Lograr que la fuerza de ventas siempre sea la buena imagen de la empresa ante sus clientes.

Bibliografía

- Artículo sobre cómo se logra el éxito de una fuerza de ventas, "Logra el éxito en tu fuerza de ventas contratando vendedores con el perfil adecuado", Recuperado el 6 de mayo del 2012 de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/%C3%A9xito-fuerza-ventas-depende-perfil-vendedor.html>
- Artículo de habla sobre capacitación, "¿Qué es la capacitación, y qué gana una organización al capacitar a su personal?", Recuperado el 6 de mayo del 2012 de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Concepto o definición de Servicio al cliente, Recuperado el 6 de mayo del 2012 de http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
- Artículo sobre como incrementar las ventas, "Incrementa tu fuerza de ventas: convierte a tus clientes actuales en tus mejores vendedores" Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/ventas-pymes-obtener-referidos-clientes-satisfechos.html>
- Conceptos, definiciones entre otros del producto, "El conocimiento del Producto" Recuperado el 6 de mayo del 2012 de <http://www.foromarketing.com/capitulo-9-el-conocimiento-del-producto>

- Definición de Negociación, "La negociación", Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.crecenegocios.com/la-negociacion/>
- Definición de Motivación, "Motivación" Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://www.degerencia.com/tema/motivacion>
- Definición de Credibilidad "Credibilidad" Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://definicion.de/credibilidad/>
- Pirámide de Maslow con sus áreas de necesidad, Recuperado el 6 de Mayo del 2012 de <http://proyeccion.blogspot.es/1254454320/>

Anexos

Encuesta

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación empresarial de la ULACIT (Universidad latinoamericana de Ciencia y Tecnología) que estoy se está llevando a cabo con el fin de conocer los aspectos influyentes de éxito para la fuerza de ventas de una empresa de consumo masivo hoy en día. Es una encuesta es fácil y rápida de completar, duración aproximadamente de 6 minutos para responder.

Su participación es voluntaria y los resultados serán estrictamente internos y confidenciales para mi estudio de forma gráfica que me sirva de forma objetiva que nos ayude a realizar una investigación para el mejoramiento continuo.

Cualquier duda o comentario por favor de contactarme al teléfono 8814 8512 o al correo: helenjara@hotmail.com

1. Considera que se encuentra motivado para cumplir sus metas mensuales?

Sí

No

2. Considera que las capacitaciones que ha recibido en la empresa le han ayudado a realizar su puesto?

Sí

No

3. Con que frecuencia usted supera los objetivos mensuales.

1 – 3 meses al año

4 – 7 meses al año

8 – 11 meses al año

() Todos los meses el año

4. Mencione que factores que lo motivan a realizar su trabajo.

5. Cuáles de las siguientes capacitaciones le facilitarían para llevar a cabo su trabajo.
(Puede Seleccionar varias).

() Servicio al Cliente

() Información general de la empresa y sus productos

() Técnicos - Tecnología

() Negociación

() Seguridad

() Aspectos personales

6. Han recibido capacitaciones desde que ingresaron en la empresa.

() Si, Cuáles?

() No

7. Qué necesidades de capacitación identifica que le hacen falta para desempeñar mejor su puesto actualmente?

8. Qué lo motiva a superar las metas u objetivos mensuales?

Gracias por su tiempo!!!