



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS –
PERSONAL**

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Recursos Humanos-Personal.

Autora: Jennifer Dayanna Zacarías Valenzuela

Tutor: Ing. Guido Franco

Quito, Abril 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, (**Jennifer Dayanna Zacarías Valenzuela**), declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Jennifer Dayanna Zacarías Valenzuela

C.C: 1756050736

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, (Jennifer Dayanna Zacarías Valenzuela) portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. (1756050736) de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado (Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020) con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



(Jennifer Dayanna Zacarías Valenzuela)

C.C: 1756050736

Quito, día/mes/año

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de vida, por darme sabiduría y darme la fuerza necesaria para alcanzar todas mis metas propuestas, para lograr todo lo que me he planteado hasta el día de hoy.

Quiero agradecer a mis padres por su inmenso sacrificio de darme lo que verdaderamente necesito como lo es la educación, a los ingenieros del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por impartir con eficacia y paciencia cada clase. También a la empresa Tirezona por permitirme realizar mi proyecto de titulación.

También quiero agradecer a mi tutor de tesis, el ingeniero Guido Franco quien me ha estado direccionando de la manera correcta para que se ejecute este proyecto.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación lo dedico a dos personas quienes hicieron de mí una mejor persona, con mejores criterios y una perspectiva diferente. A Gabriel Ch. un hombre que con su inteligencia y su audacia fue motivación de dar pie a este trabajo. Y a Diego V. un hombre, amigo y compañero de vida que con sus valores y su personalidad supo inculcar en mí la admiración necesaria para tener en cuenta que la lealtad de amigos es verdadera

CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
ABSTRACT	xi
Antecedentes	1
1. 01 Contexto. -	1
1.01.01 Macro. -	2
1.01.02 Meso. -	4
1.01.03 Micro. -	4
1.02 Justificación. -	7
1.03. Definición del Problema Central (Matriz T). -	9
Análisis de involucrados	12
2.01 Mapeo de involucrados.....	13
2.02 Matriz de Análisis de involucrados. -.....	14
2.02.01 Análisis de la Matriz de involucrados.	16
3.0.1 Árbol de problemas. -	19
3.01.02.- Análisis del Árbol de Problemas. -.....	20
3.0.2 Árbol de objetivos. -	21
4. 01 Matriz de análisis de alternativas. -.....	24
4.01.01 Análisis de la matriz de análisis de alternativas. –	26
4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos. -	30
4.02.01 Análisis de la matriz de impacto de los objetivos. -	32
4.03. Diagrama de estrategias.....	30
4.03.01 Análisis del Diagrama de estrategias. -	35
4.04 Matriz de Marco lógico.	38

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

4.04.01 Análisis de la matriz de Marco Lógico	42
5.02 Justificación de la propuesta.-.....	47
5. 03 Objetivo General.-	48
5. 04 Marco referencial.-.....	48
5. 04. 01 ¿Qué es el liderazgo?.....	48
5. 04. 02 ¿Qué es una capacitación?	48
5. 04. 03 Tipos de capacitaciones.....	49
5.04.04 Ciclo de la capacitación	51
5. 04. 05 Beneficios de una capacitación	52
5. 04. 06 ¿Qué es una capacitación In situ?	53
5. 04. 07 ¿Qué es un plan de capacitación?	54
5. 05 Marco Legal. -	54
5.06 Marco Metodológico. -.....	56
Orientación al estudio.-.....	56
5. 06. 01.- Metodología I+D+I.....	56
5.06.02 Tipo de Investigación	57
Investigación de Campo. -	57
Investigación Descriptiva.-	57
5. 06. 03 Método Inductivo	57
5. 06. 04 Técnica.-	58
Población y muestra. -.....	58
Población:.....	58
Muestra:	58
5. 07.- Modelo de la Encuesta	59
5. 08.- Tabulación y análisis de la encuesta.	61
5.09 Diseño del plan de capacitaciones.	72
5.10 Propuesta folleto a presentar.	74
6.1 Recursos Humanos	103
6.1.1 Instituto Cordillera	103
6.2 Recursos Audiovisuales	103

6.3 Recursos materiales	103
6.3.1 Material de apoyo	104
6.3.2 Infraestructura	104
6.4 Presupuestos. -	105
6.6. Cronograma. -	106
7.1 Conclusiones. -	107
7.2 Recomendaciones	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz T	9
Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados.....	15
Tabla 3: Matriz de análisis de alternativas	25
Tabla 4: Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	30
Tabla 5: Matriz de Marco lógico.....	38
Tabla 6: Presupuesto	105
Tabla 7: Cronograma.....	106

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapeo de involucrados	13
Ilustración 2: Árbol de problemas	19
Ilustración 3: Árbol de objetivos	21
Ilustración 4: Diagrama de estrategias	34
Ilustración 5: Ciclo de capacitación	51
Ilustración 6: Pregunta 1	61
Ilustración 7: Pregunta 2	62
Ilustración 8: Pregunta 3	63
Ilustración 9: Pregunta 4	64
Ilustración 10: Pregunta 5	65
Ilustración 11: Pregunta 6	66
Ilustración 12: Pregunta 7	67
Ilustración 13: Pregunta 8	68
Ilustración 14: Pregunta 9	69
Ilustración 15: Pregunta 10	70

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad diseñar un plan de capacitaciones específicamente para el área de ventas que involucre el desarrollo personal y profesional de los trabajadores de la empresa TIREZONE Ubicada en el sector de la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito. TIREZONE es una identidad que se dedica a la distribución y comercialización de aros y llantas aportando a la industria automotriz; Sin embargo TIREZONE ha visto la necesidad de incrementar los ingresos producidos, además de la cartera de clientes que son un segmento muy determinado. El plan de capacitaciones pretende que se mejore el área mencionada tanto en los colaboradores como en el mismo espacio, que se cumplan los objetivos de ventas previstos por la empresa. El área de talento humano es muy importante dentro de las empresas, ya que es el centro de mediación entre los colaboradores y la empresa, el papel que desarrolla talento humano es mantener un clima laboral adecuado para dar cumplimiento óptimo a los objetivos empresariales, este cumplimiento también se basa en el personal altamente capacitado. Es así, que TIREZONE adquiere este plan de capacitaciones pensando en los trabajadores y su desarrollo profesional, en tener personas motivadas, positivas con habilidades y destrezas adecuadas para ocupar los cargos laborales de la organización, considera que el personal de la empresa es el eje fundamental de la misma. Dando vital importancia a cada uno de los que conforman TIREZONE

Palabras Clave: Plan, capacitaciones, desarrollo profesional, motivacional, ventas.

ABSTRACT

The purpose of this research is to design a training plan specifically for the sales area that involves the personal and personal development of the workers of the TIREZONE company located in the Kennedy sector of the Quito Metropolitan District. TIREZONE is an identity that is dedicated to the distribution and commercialization of rims and tires, contributing to the automotive industry; However, TIREZONE has seen the need to increase the income produced, in addition to the portfolio of clients that are a very specific segment. The training plan aims to improve the aforementioned area both in collaborators and in the same space, so that the sales objectives set by the company are met. The area of human talent is very important within companies, since it is the center of mediation between employees and the company, the role that human talent develops is to maintain an adequate work environment to optimally fulfill business objectives, this compliance It is also based on highly trained staff. Thus, TIREZONE acquires this training plan thinking of workers and their professional development, having motivated, positive people with adequate skills and abilities to occupy the organization's job positions, considers that the company's personnel is the fundamental axis Of the same. Giving vital importance to each of those who make up TIREZONE

Key Words: Plan, training, professional development, motivational, sales.

Capítulo I.

Antecedentes

1. 01 Contexto. -

“La verdadera Motivación viene del logro, desarrollo personal, satisfacción del trabajo y reconocimiento” Frederick Herzberg.

Cada persona es un insumo, es el sujeto, es la esencia y el talento más importante de la organización. Este factor humano tiene características que aportan al beneficio y productividad de la empresa como son: aptitudes, habilidades, destrezas y actitudes. Además, es el que da movimiento y acción a los procesos de la empresa, considerando también que lleva las técnicas administrativas de la misma, sin olvidar que la administración no es una tarea fácil.

El factor productivo, es decir, los trabajadores deben dominar su área de manera eficaz en la organización y para ello deben estar motivados, libres de estrés laboral, con energía positiva y sobre todo deben sentir empoderamiento tanto del cargo de trabajo como de la empresa. Por tal razón, es necesario que los empleados de las empresas tanto públicas y privadas sean capacitados y adquieran conocimientos adicionales y fundamentales para ser el eje principal de la organización.

1.01.01 Macro. -

El desarrollo personal es, fundamentalmente; una equivalencia entre lo que somos y los que queremos hacer. Las personas buscan desenvolver sus capacidades, habilidades y conocimientos propios en favor del desarrollo de su entorno habitual, y también la adaptación al mismo, para llevar una vida plena. La estabilidad que les brinda el desarrollo personal puede ser también de las experiencias de la persona o de los conocimientos sumados día a día.

Asimismo, el progreso de los individuos, se debe integrar en cada persona y todos deberían estar enfocados en buscar este alineamiento entre ser y hacer. Ser una persona con aptitudes, conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores que permitan la realización de actividades cotidianas, por otra parte, adquirir conocimientos adicionales que se enfocan directamente en el área de recursos humanos o en el área de los trabajadores que desempeñe. Además, mejorar todas las funciones que realizan habitualmente; De esta manera es que se impulsa a buscar un estado superior de personalidad y profesionalismo para generar valor a la vida. (Velásquez Araque, 2018)

A nivel de otros países, el desarrollo profesional y personal se amplía a manera que las empresas necesitan del factor humano, ya que ellos son el eje fundamental de las mismas. Es el motivo de que cada persona deba adaptarse continuamente a los cambios necesarios para que la organización esté dentro de un nivel competitivo y de capacidades estratégicas con otras entidades de la misma razón social. Y también, si la organización tiene el propósito de seguir desarrollando su comercio de modo internacional. Además, si la visión posterior de la empresa es a nivel global se debe enfocar en la identificación de ventajas y favoritismo competitivo en el exterior. (Puerto Becerra, 2010)

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

En algunos países como son Japón y Alemania el desarrollo empresarial y profesional es esencial en para los jóvenes y se considera que estos países son aventajados en la actividad económica, los jóvenes de ciertos países optan por la modalidad del sistema de educación dual y desde muy jóvenes se involucran en funciones y actividades profesionales de una organización, Se considera a Alemania como un país de orgullo profesional debido a que las personas se centran en una carrera determinada para la vida laboral; la diferencia entre estos países en cuanto a su nivel competitivo es la capacidad que necesitan para ejercer un trabajo, en Alemania por ejemplo se fundamenta en el profesionalismo de una empresa y en Japón se cimienta en la socialización de la empresa como factor económico importante. (Teichler, Sf)

En muchos países de Latino América se detectó la necesidad de aumentar el factor productivo, el factor tecnológico y además la competitividad por medio del factor humano en el sector empresarial, es la razón de que las industrias, las instituciones y las empresas buscaron nuevas estrategias para que el área de recursos humanos de cualquier organización tenga y retenga un personal altamente calificado en inteligencia, capacidad y considerando que el desarrollo profesional y personal es importante en las personas.

En América Central se acordó que debe haber libre comercio entre países, pero es más factible que cada país tenga un mejor desarrollo profesional basado en las necesidades que tenga cada país, en las posibilidades de superación personal, en el alcance de competitividad y en el factor medible productivo, para que cada uno de los países de Centro América encuentre las ventajas de negociación, y de esta manera haya apertura a otros países a la introducción de bienes o servicios que ofrezcan las empresas que se enfoquen en la visión a nivel global de alcanzar favoritismo competitivo en el exterior. (Bulmer & Kincaid, 2001)

1.01.02 Meso. -

En países de América del Sur también se manifestó la necesidad de generar competitividad en las empresas, y además desarrollar el sentido profesional de los trabajadores mediante la aplicación de estrategias competitivas que den favoritismo al rendimiento laboral. También es necesario el desarrollo personal de cada persona porque se fundamenta en el bienestar psicológico y en el sentido de pertenencia a la empresa o al cargo laboral que se ejerza.

Además, el Ecuador es un país que ha incrementado la inversión monetaria en la salud y también en la educación lo que es significativo para el desarrollo personal y profesional de todos los ciudadanos. Es decir que los ecuatorianos están mejorando sus conocimientos, habilidades y destrezas demostrando la reducción de la desigualdad y la pobreza, y en cambio fortaleciendo el desarrollo productivo del país.

En las empresas ecuatorianas, la industria manufacturera es la primordial para generar economía en el país ya que aporta en su mayoría al PIB y además genera productos con valor agregado que facilitan y promueven la diferencia de los precios, ésta industria manufacturera es importante para el Ecuador ya que es la que mayor fuente de empleo, además el Ecuador es extractor de petróleo que es también una fuente de riqueza, sin embargo no ha sido uno de los países que se caracteriza por la competitividad de su producción y tampoco por su gestión de calidad, más bien Ecuador se caracteriza por la innovación que implementa en los productos o servicios que la empresas tienen. Con la finalidad de aprovechar los recursos que posean.

1.01.03 Micro. -

Actualmente en Ecuador se representa un alto indicio de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y las grandes empresas productivas que aportan a la economía del país,

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

e incluso genera una mejor tasa de empleo a las personas y se aumenta la población económicamente activa (PEA). La base de productividad se relaciona directamente con los ingresos financieros y aportes importantes para la educación y la salud de las personas; de ésta manera es, que en varias provincias del Ecuador se ha dado la iniciativa de inculcar en la población a aprovechar las oportunidades de educación.

Además una de las mayores fuentes de ingreso económico es la industria maderera y en varias provincias de Ecuador como son en Imbabura, Cuenca, Azuay y también Guayas se exporta y comercializa este producto maderero dando potencial al ente productivo y también a la innovación que adopta el producto debido a la mano de obra de los colaboradores que con esfuerzo han logrado manipular la materia prima para que al comercializarla su costo sea más elevado y exista competitividad y estancia en el mercado por parte de las empresas que se dedican a este tipo de producción.

Las medianas empresas de Pichincha también se enfocan en la productividad y la competitividad que las organizaciones puedan generar en el mercado comercial según la superintendencia de compañías y para este sentido se denota muy necesario la formación de los trabajadores y los perfiles adecuados para los cargos laborales necesarios y que conjuntamente se trabaje en beneficio de la empresa. Las MIPYMES son también el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas que en grupo siguen aportando a la economía productiva y social, entre las MIPYMES con su objetivo de realizar diferentes actividades encaminadas a beneficiar producción de todos los sectores económicos, se basa principalmente en la comercialización, en la agricultura y la pesca también en lo referente de manufacturas y más actividades sociales y personales. (Reyes & Bravo , 2017)

Otro de los sectores productivos involucra también a la industria automotriz, en varios países como Alemania, Reino Unido, Francia, Italia entre otros sobresale la producción y venta de neumáticos. Las compañías Michalin Group y Goodyear Tire fueron quienes alcanzaron los 22.000 millones y 16.000 millones de dólares respectivamente en el año 2015.

En la ciudad de Quito en el sector de la Kennedy se encuentra ubicada la empresa TIREZONE que se dedica particularmente a la distribución de aros y llantas al por mayor y menor, a la venta de accesorios de vehículos y además brinda el servicio de taller de reparación para todo tipo de vehículos. Ésta entidad privada aporta a la industria automotriz y al ser privada su venta de productos y su servicio brindado tiene fines de lucro y debe ser eficiente para mantenerse en el mercado, el desarrollo personal y profesional no reina de la manera correcta en esta empresa debido a que los colaboradores no tienen iniciativa para dar nuevas estrategias de ventas o de aumentar la producción, se puede evidenciar también que las habilidades y conocimientos son limitados a sus cargos de trabajo y por tal motivo se ve afectado el desempeño laboral de los trabajadores y también de la empresa.

Considerando que el trabajo de investigación se enfatiza en el desarrollo profesional y personal también tiene apertura a un plan de capacitaciones específicamente en el área de ventas, y mediante esta investigación se dedujo que éste definido sector ha disminuido sus ventas a comparación de años anteriores como en el 2017 que en la capital se vendieron más de 103.000 vehículos y ,por tanto, la producción y venta de neumáticos, un escaso cambio de vendedores también ha sido parte de la recaída de las ventas , es por eso que el proyecto desea dar ejecución al plan de ventas en la empresa Tire zone

1.02 Justificación. -

El presente trabajo de integración curricular tiene la finalidad de que cada colaborador del área comercial de la empresa TIREZONE tenga más conocimientos y destrezas para desarrollar sus funciones acordes a sus cargos laborales, y además los trabajadores tendrán una mayor confianza en sí mismos y un compromiso hacia el cumplimiento de los objetivos personales y a los de la empresa, con un significativo cambio para la mejora y la productividad. Es importante que los trabajadores tengan conocimientos adicionales a los adquiridos durante su formación académica y a los de su formación profesional, ya que el talento humano es el principal insumo, es el eje principal de la empresa y son los trabajadores quienes aportan beneficios, ventajas y competitividad a la empresa.

Las capacitaciones son importantes para las personas por que permite brindar un mejor aporte de ideas y soluciones a sus actividades cotidianas, y la implementación de las mismas en los trabajadores de las empresas públicas o privadas beneficiará al desarrollo personal y profesional de la empresa. Por ésta razón el tema de investigación dirigido a los trabajadores del área comercial la empresa TIREZONE permitirá conocer los conocimientos, habilidades y destrezas de los trabajadores en el cargo de trabajo que dominen y de ésta manera se puede identificar las falencias más repetidas en ellos.

El objetivo de incrementar un plan de capacitaciones es para fortalecer las mismas habilidades y sumar conocimientos nuevos y exactos para desarrollar un trabajo más eficaz en los trabajadores de la empresa, y de ésta manera estratégica se puede potenciar la competitividad de la empresa con otras de la misma razón social y que la empresa se mantenga a un nivel elevado y exitoso de producción.

Según el Plan Nacional de Desarrollo se puede mencionar que el presente trabajo está relacionado con el objetivo N° 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, y afianzar la dolarización. Menciona que invertir en el desarrollo de capacitaciones de las personas favorece a la competitividad del personal, ya que el talento humano es contribuyente de mejor información y solución a problemáticas de adaptación a un mercado de constante evolución. Un personal participativo, con iniciativa y capacitado está preparado para incorporar a la organización a mejores oportunidades de riqueza económica y medios de producción. (SENPLADES , 2017)

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T). -

SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Incumplimiento de los colaboradores a los objetivos del área de ventas, pérdida de producción y de ganancias para la empresa.	Desinterés al desarrollo personal y profesional de los trabajadores inducen a la baja productividad de la empresa.				Personal motivado y empoderado de su lugar de trabajo y de la empresa, logrando el cumplimiento de los objetivos del área de ventas.
FUERZAS IMPULSORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Estudio previo de la desmotivación de los trabajadores de la empresa.	2	4	3	1	No autorizar el respectivo estudio por parte del propietario.
Informar al personal sobre los beneficios de las capacitaciones.	1	3	4	2	Desinterés de los trabajadores para la mejora de su desarrollo personal.
Elaborar un plan de capacitaciones para los trabajadores del área de ventas.	1	5	5	2	Carencia de presupuesto suficiente de la empresa para el plan de capacitaciones.
Socializar temas de interés para los trabajadores del área de ventas.	2	4	4	1	Resistencia al cambio por parte de los trabajadores de ventas.
Análisis del incremento de productividad en la empresa	1	4	4	1	Desinterés del propietario y de los vendedores.

Tabla 1: Matriz T

Fuente: Estudio de campo, empresa TIREZONE 2020

Elaborado por: Dayanna Zacarías

1. Bajo	2. Medio bajo	3. Medio	4. Medio alto	5. Alto
---------	---------------	----------	---------------	---------

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

1.03.01 Análisis de la matriz “T”. -

Mediante la matriz T se puede analizar que la situación actual de la empresa Tirezone es el desinterés al desarrollo personal y profesional de los trabajadores induce a la baja productividad de la empresa, y por causas desconocidas, si este problema actual no se pretende solucionar dejará consecuencias peores como el incumplimiento de los colaboradores a los objetivos en el área de ventas, la pérdida de producción y de ganancias para la empresa. Ahora bien, el presente proyecto tiene la finalidad de que haya una situación mejorada siendo que la empresa tenga un personal motivado y empoderado de su lugar de trabajo y de la empresa, logrando el cumplimiento de los objetivos del área de ventas. La matriz T consta con fuerzas impulsadoras que se analiza conjuntamente con las fuerzas bloqueadoras y para ello se tienen parámetros del 1 al 5 con una valoración correspondiente a: 1. Bajo; 2. Medio bajo; 3. Medio; 4. Medio alto; 5 Alto; que se calificará según su impacto y según el potencial de cambio que queremos conseguir mediante el trabajo.

La primera fuerza impulsadora es hacer un estudio previo de la desmotivación de los trabajadores de la empresa con un impacto de 2 que significa medio bajo con la finalidad de alcanzar un potencial de cambio de 4 equivalente a medio alto; pero también existen fuerzas bloqueadoras que no permiten que se dé una situación mejorada y en este caso es que no se autorice el respectivo estudio por parte del propietario con un impacto de 3 con la finalidad de lograrse un potencial de cambio de 1.

Otra de las fuerzas impulsadoras de la matriz T es Informar al personal de la empresa sobre todos los beneficios de las capacitaciones con un impacto de 1 que eso equivale a bajo, y se pretende alcanzar un potencial de cambio de 3 equivalente a medio; sin embargo hay una fuerza bloqueadora que es el desinterés de los trabajadores hacia la mejora de su propio desarrollo personal ésta fuerza tiene un impacto de 4 que es un equivalente a medio alto y con el trabajo se quiere lograr un potencial de cambio de 2 que significa medio bajo.

La Tercera fuerza impulsadora es elaborar un plan de capacitaciones para los trabajadores del área de ventas que tiene un impacto de 1 igual a bajo, con la finalidad de alcanzar un potencial de cambio de 5 que equivale a alto, pero su fuerza bloqueadora es que la empresa carezca de presupuesto suficiente para elaborar el plan de capacitaciones que tiene de impacto 5 igual a alto y un alcance en el potencial de cambio de 1 bajo.

La cuarta fuerza bloqueadora es Socializar temas de interés para los trabajadores del área de ventas con un impacto de 2 medio bajo con el propósito de lograr un potencial de cambio de 4 medio alto y su fuerza bloqueadora que es la resistencia al cambio por parte de los trabajadores de ventas con un impacto de 4 equivalente medio alto y un potencial de cambio de 1 igual a bajo.

Y la última fuerza impulsadora es hacer un análisis del incremento de productividad en la empresa que tiene un impacto de 1 igual a bajo y con un potencial de cambio de 4 equivalente a medio alto, también se debe mencionar la fuerza bloqueadora que es el desinterés del propietario y de los vendedores tiene como impacto 4 y con un potencial de cambio de 1 que es equivalente a bajo.

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

En el presente proyecto se involucran personas quienes son parte trascendental para la ejecución del proyecto, se identifica a los actores que serán partícipes de la ejecución del proyecto.

Según el blog denominado “*Ingenioempresa*” (Betancourt, 2017) manifiesta que: “El análisis de involucrados es la identificación de los actores del proyecto, lo que incluye la investigación e interpretación de sus necesidades, expectativas e intereses.”

2.01 Mapeo de involucrados. -

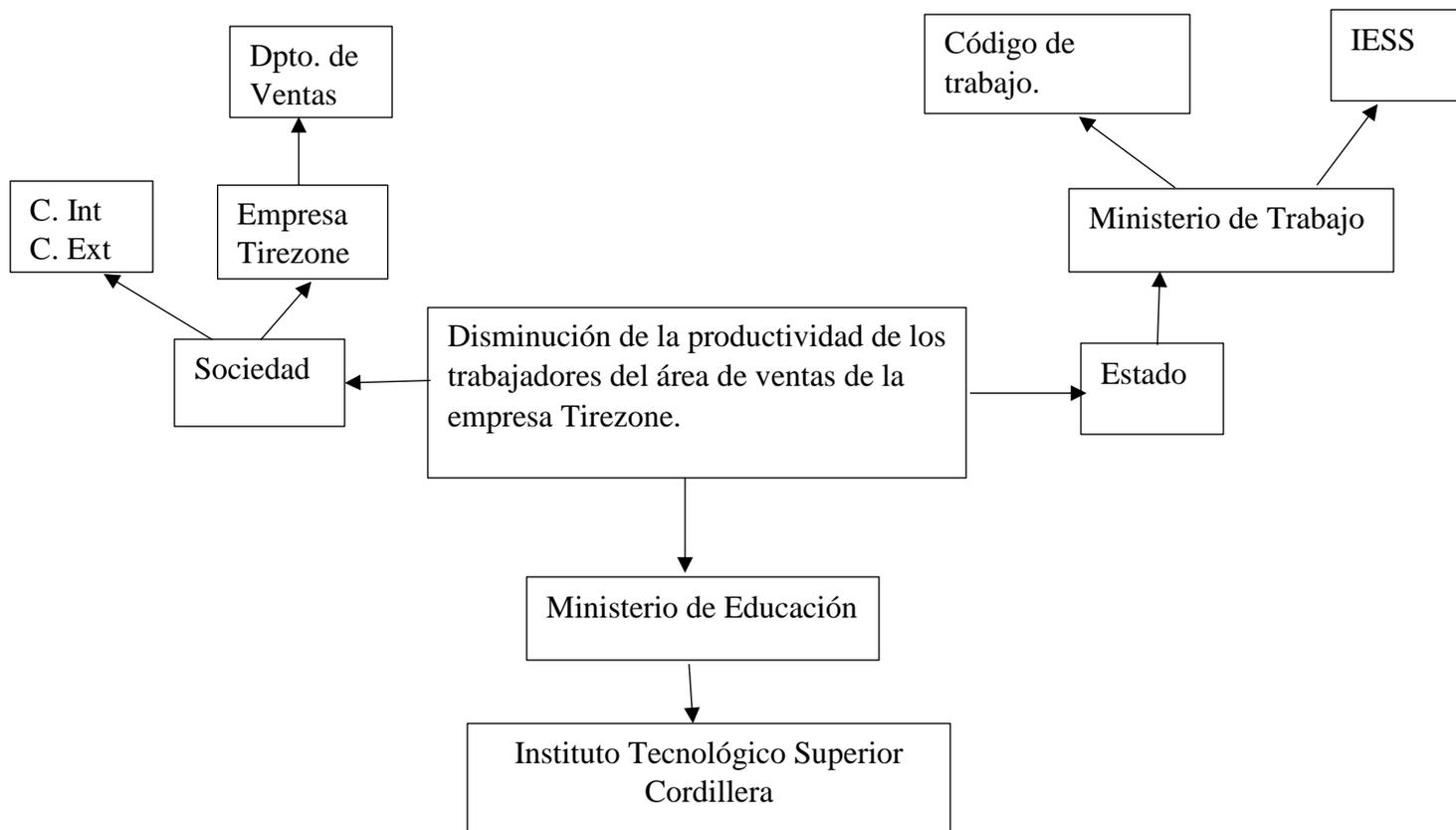


Ilustración 1: Mapeo de involucrados
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Zacarías D.

2.02 Matriz de Análisis de involucrados. -

Actores involucrados	Interés sobre el problema Central	Problema Percibido	Recursos mandatos Capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos Potenciales
Ministerio de trabajo	Proteger la integridad de cada trabajador de la empresa	Escasa necesidad de profesionalismo de los colaboradores	Ley Orgánica de Educación Superior; art 11, Responsabilidad del estado; literal B)	Fomentar la educación y los nuevos conocimientos al personal de la empresa.	Indiferencia de parte del propietario de la empresa.
Departamento de ventas	Socializar sobre temas de interés y nuevas estrategias para ventas	Atención monótona a los clientes y disminución de ventas	Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado; art 283.	Disminuir la falta de oportunidades de aprendizaje a los colaboradores.	Indiferencia de los colaboradores por el crecimiento profesional y personal.
Cliente externo Cliente Interno	Mejorar las relaciones interpersonales para resolver problemas.	Escasa productividad y disminución de ganancias	Código del trabajo: art 86: "A quién y donde debe pagarse. Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador.	Restablecer el rendimiento y la competitividad de los trabajadores.	Desinterés al plan de capacitaciones.

Familia	Adicionar nuevos conocimientos y generar empoderamiento en los colaboradores	Disminución de ventas y mala atención al cliente	Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder; Art 9 Abuso de poder en el mercado, numeral 3	Cuidar el desarrollo personal y profesional de los trabajadores	Poca participación a las capacitaciones que brinde la empresa por parte de los colaboradores.
Instituto Tecnológico Superior Cordillera	Diseñar un plan de capacitaciones con el fin de mejorar al personal de ventas.	Disminución de producción y bajo empoderamiento de cargos laborales.	Ministerio de trabajo: “Programa el Ecuador del buen vivir con justicia laboral, servicios que buscan garantizar la estabilidad y armonía en las relaciones laborales...”	Mejorar el desarrollo personal y profesional de los colaboradores.	Disminución de recursos económicos.

Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados
Fuente: Investigación de campo Tire zone
Elaborado por: Zacarías D

2.02.01 Análisis de la Matriz de involucrados. -

La Matriz de involucrados permitirá identificar quienes están interesados y quienes serán actores principales del proyecto que se realizará; el primer actor involucrado es el ministerio de trabajo que tiene un interés del problema en el proyecto de proteger la integridad de cada colaborador de la empresa y ha percibido un problema como la escasa necesidad de profesionalismo de los colaboradores entre los recursos, mandatos y capacidades interviene Ley Orgánica de Educación Superior; art 11, Responsabilidad del estado; literal B) que dice: “Generar condiciones de independencia para la producción y transmisión del pensamiento, la cultura y el conocimiento”; el Ministerio de trabajo tiene un interés sobre el proyecto porque se pretende fomentar la educación y los nuevos conocimientos al personal de la empresa. Y un conflicto potencial negativo que es la indiferencia al proyecto por parte del propietario de la empresa.

Otro de los actores involucrados más directos a la empresa en el departamento de ventas que su interés sobre el problema central es socializar sobre temas de interés y nuevas estrategias para ventas, y también ha percibido un problema como es la atención monótona a los clientes y disminución de ventas, de igual manera entre los recursos, mandatos y capacidades interviene Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado; art 283. De la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado [...] el departamento de ventas de la empresa tiene un interés sobre el proyecto de disminuir la falta de oportunidades de aprendizaje a los colaboradores. Sin embargo, hay un conflicto potencial que puede afectar a la ejecución del proyecto es la indiferencia de los trabajadores por el crecimiento personal y profesional.

El tercer actor involucrado son los clientes tanto internos como externos, tiene un interés central sobre el problema de mejorar las relaciones interpersonales para resolver problemas y ha percibido un problema que es la escasa productividad y disminución de

ganancias. El Código del trabajo en el art 86 habla sobre los sueldos y salarios y establece que: “A quién y donde debe pagarse. Los sueldos y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador. Hay un interés sobre el proyecto de restablecer el rendimiento y la competitividad de los trabajadores. Pero también tiene un conflicto potencial es el desinterés al plan de capacitaciones. (IESS, 2012)

El cuarto actor involucrado es la familia y tiene un interés central sobre el problema que trata de adicionar nuevos conocimientos y generar empoderamiento en los colaboradores y el problema percibido aquí es la disminución de ventas y la inadecuada atención a los clientes de igual manera la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder interviene con el Art 9, Abuso de poder en el mercado, numeral 3 ahí se menciona que: Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado [...] debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar [...] la participación de usuarios y/o consumidores. (LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER, 2011)

El quinto actor involucrado es el Instituto Tecnológico Superior Cordillera que tiene un interés sobre el problema de Diseñar un plan de capacitaciones con el fin de mejorar al personal de ventas, y se percibido un problema que es la disminución de producción y bajo empoderamiento de cargos laborales; El Ministerio de trabajo interviene con: “Programa el Ecuador del buen vivir con justicia laboral, servicios que buscan garantizar la estabilidad y armonía en las relaciones laborales...” y se muestra un interés en proyecto de Mejorar el desarrollo personal y profesional de los colaboradores, Sin embargo hay un conflicto potencial negativo que es Disminución de recursos económicos y que no se pueda ejecutar el proyecto.

Capítulo III

Problemas y objetivos

Según un documento de uso exclusivo denominado “*Árbol de problema y áreas de intervención*” (Martínez & Fernández, sf) establece que: “Es una técnica participativa que ayuda a desarrollar ideas creativas para identificar el problema y organizar la información recolectada, generando un modelo de relaciones causales que lo explican.” El árbol de problemas ayudará a analizar las causas exactas que llevaron al mencionado problema y éste los efectos que provocará dentro de la organización.

3.0.1 Árbol de problemas. -

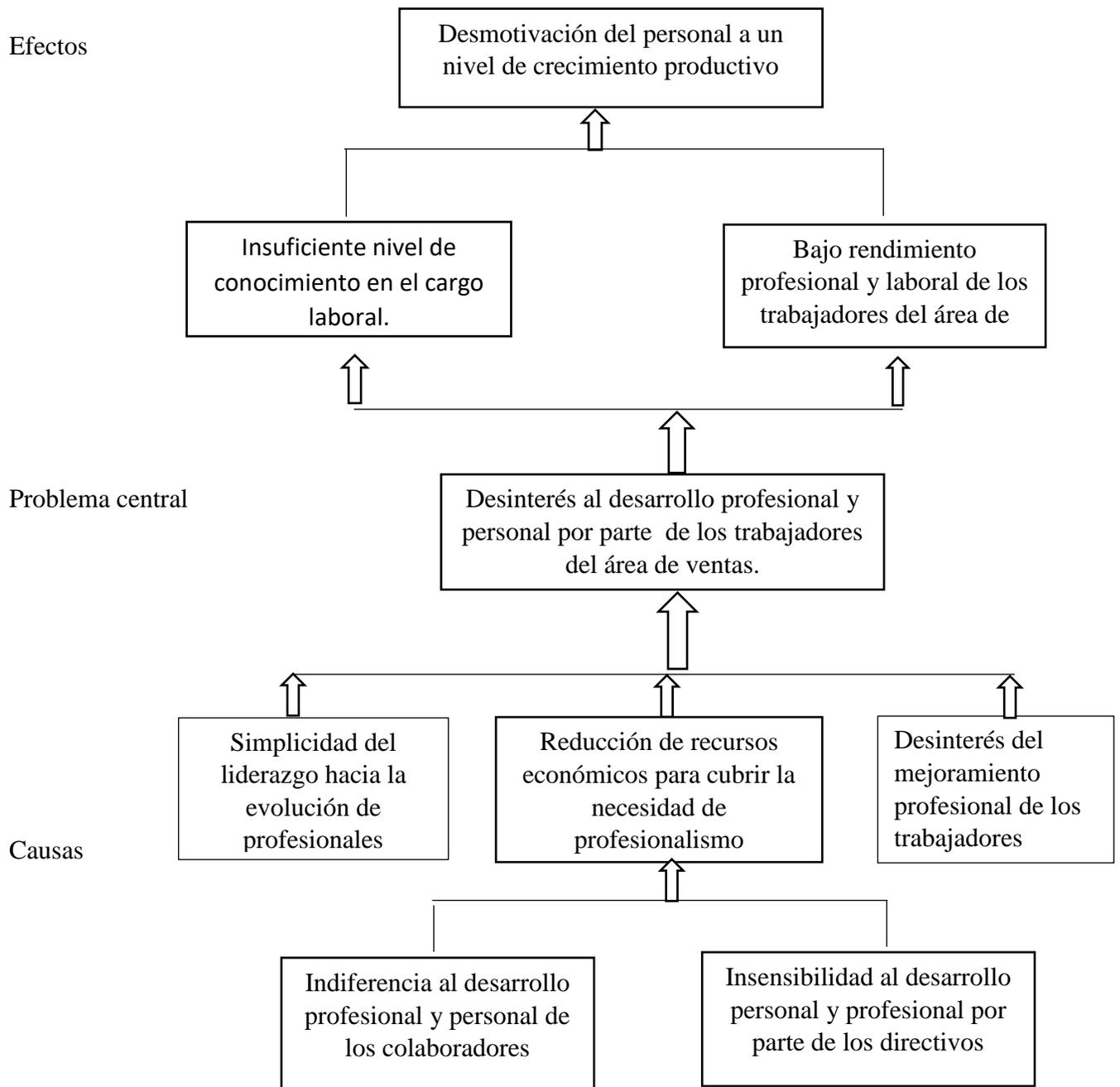


Ilustración 2: Árbol de problemas
Fuente: Investigación de campo Tire zone
Elaborado por: Zacarías D.

3.01.02.- Análisis del Árbol de Problemas. -

El árbol de problemas permite desglosar el problema central en las causas y los efectos que se desprenden de este inconveniente, el problema central es el desinterés al desarrollo profesional y personal de los colaboradores del área de ventas, se puede observar la dificultad de un limitado desarrollo profesional por parte del personal del área de ventas de la empresa Tirezona, se ha constatado una simplicidad del liderazgo hacia la evolución de profesionales que desempeñen en esta empresa el cual afecta a la misma ya que no se puede dar un desarrollo laboral adecuado, es así que esto da como resultado un desconocimiento sobre el cargo o las funciones que se debe realizar y esto genera un conflicto cuando se realizan cualquier tipo de actividades.

También se pudo analizar que el problema es a causa de la reducción de recursos económicos para cubrir la necesidad de profesionalismo, es decir que los recursos que posee la empresa están relacionados directamente en su giro de negocio y por tal razón el interés hacia el desarrollo profesional está en un segundo plano, esto se refleja en el bajo rendimiento laboral del personal y el contratiempo en las funciones que realizan, se ve afectada la organización porque no se están cumpliendo con los objetivos que se plantearon para el área de ventas según la filosofía empresarial.

Por otro lado, otra de las causas que afectan a la organización es el desinterés del mismo personal de la empresa hacia el mejoramiento del desarrollo personal y profesional, en donde directamente involucra a la organización ya que su productividad no aumenta ni mejora y por ende es perjudicial para la misma, por esta razón se genera la desmotivación a un mejor nivel de crecimiento productivo; Ya que de esta manera se puede lograr que la empresa se mantenga en el mercado, también a nivel profesional relacionado a la adición de los conocimientos adquiridos acorde a su cargo laboral y durante su trayectoria profesional

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

3.0.2 Árbol de objetivos. -

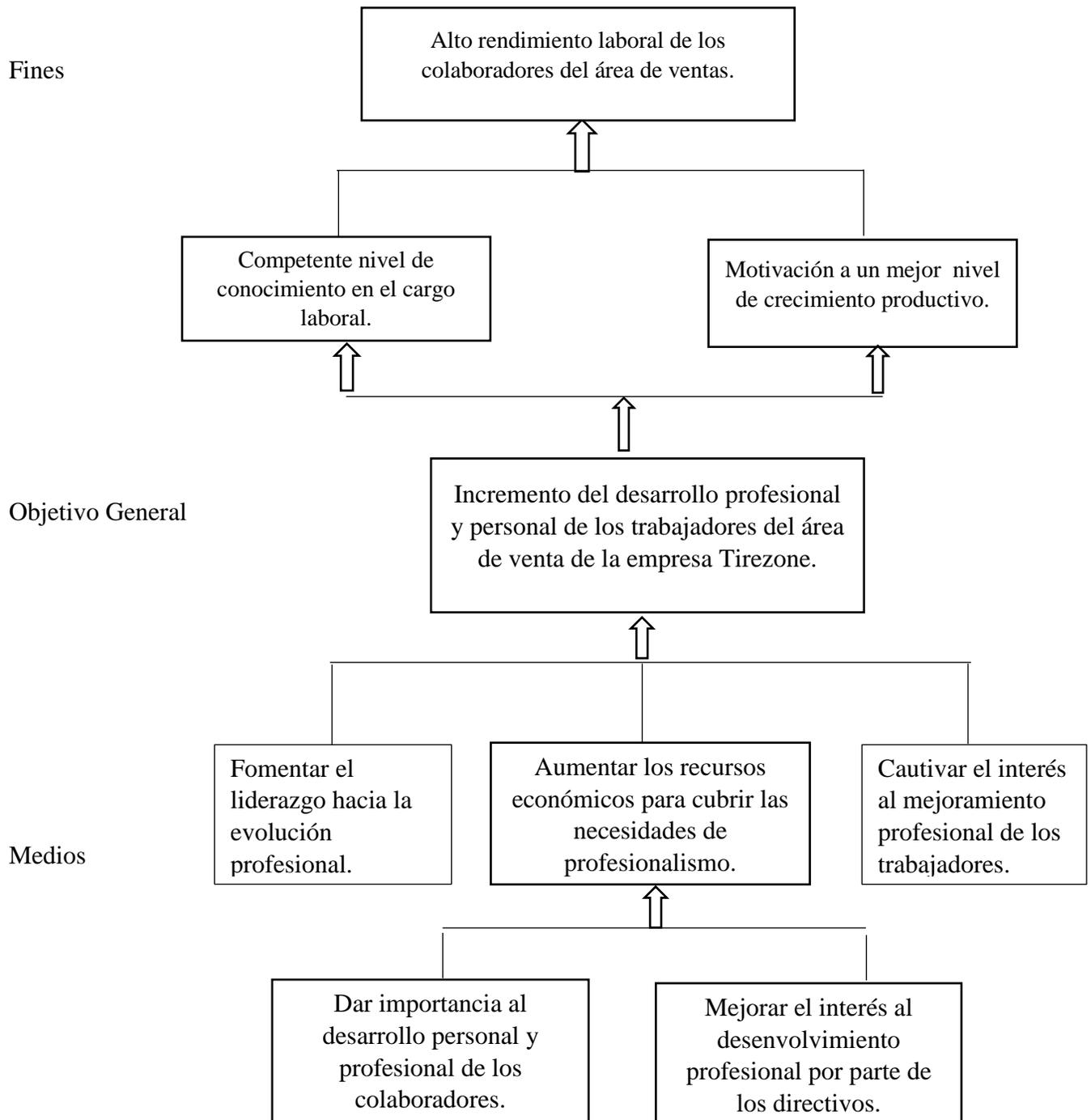


Ilustración 3: Árbol de objetivos
Fuente: Investigación de campo Tire zone
Elaborado por: Zacarías D.

3.02.01 Análisis del árbol de objetivos. –

El árbol de objetivos indica y se proyecta en las soluciones que se quiere conseguir mediante el proyecto implementado en la empresa, con la finalidad de dar resolución al problema central cambiando las ideas negativas en ideas positivas y benéficas para la organización, el objetivo general del proyecto y la mejora a la empresa empieza por incrementar en el personal el desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área de ventas en la empresa Tirezona para que aporte a la productividad de la empresa y también para que ésta sea de aporte económico al país

Otro medio para conseguir el objetivo general es aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo en los trabajadores, es decir que un porcentaje de las utilidades de la empresa sean dedicadas netamente a las capacitaciones y al interés de adquisición de conocimientos enriquecedores para los colaboradores, se involucra a los directivos de la empresa ya que ellos son quienes se sensibilicen y se preocupen por conseguir un personal altamente calificado y que se proyecten en la necesidad básica de que los trabajadores del área de ventas se deben desarrollar personal y profesionalmente, y de esta forma la producción y el área de ventas será beneficiado ya que el personal tendrá mejor rendimiento laboral y mejores estrategias de ventas que faciliten la atracción de clientes y la promoción del producto.

A demás de los directivos de la empresa, los mismos colaboradores se deben preocupar por su bienestar social- educativo y por el empoderamiento dentro de la empresa.

Otro de los medios que desea lograr el proyecto para solucionar la problemática es cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores y la finalidad es que haya motivación en los colaboradores para seguir sumando conocimientos, habilidades y destrezas que los trabajadores sigan forjando su estatus profesional y que puedan mantenerse en su cargo laboral o puedan seguir ascendiendo en los cargos laborales dentro de la organización. Y con futuros resultados se proyectará el óptimo cumplimiento de los objetivos del área de ventas y de toda la organización.

Capítulo IV

Análisis de involucrados

Según un blog (Ingenioempresa, 2017) menciona el análisis de involucrados como: “La identificación de uno o más medios que representan estrategias para dar solución a la problemática abordada.”

4. 01 Matriz de análisis de alternativas. -

Objetivos	Impacto sobre el proyecto	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Estrategia
Fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional.	5	5	5	5	4	24	Alto
Aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo.	5	4	5	4	5	23	Alto
Cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores.	5	5	4	5	5	24	Alto
Incremento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área de venta de la empresa Tirezone.	5	4	4	5	4	22	Alto

Tabla 3: Matriz de análisis de alternativas

Fuente: Investigación de campo Tirezone

Elaborado por: Zacarías D.

4.01.01 Análisis de la matriz de análisis de alternativas. –

En la Matriz de alternativas se han plasmado los objetivos que la empresa desea alcanzar para un mejor rendimiento laboral, el mejoramiento del desarrollo personal y profesional de los colaboradores y por consiguiente el aumento de la productividad de la empresa, ésta matriz de alternativas consta de 3 componentes y un propósito. El primer componente es Fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional en los trabajadores de la empresa, este componente tiene un impacto muy importante ya que el primer paso para lograr el cumplimiento óptimo de los objetivos empresariales es que los colaboradores tengan la iniciativa de sumarse a sí mismos el progreso conjunto y unitario de los conocimientos adicionales de cada colaborador.

A demás la empresa matriz Tirezone dispone de los recursos técnicos necesarios para llevar a cabo la viabilidad del proyecto, en cuanto la factibilidad financiera la ponderación es media alta es decir la empresa tiene los recursos financieros necesarios para seguir planteando el proyecto; Sin embargo, y por la escasa productividad del área de ventas, el recurso financiero disponible se implementa en las necesidades directas del giro de negocio que tiene la organización. La factibilidad Social tiene un equivalente a alto, es decir la empresa Tirezone, tiene una responsabilidad tanto con los colaboradores como las familias y los clientes externos y por tal razón son ellos quienes también se ven beneficiados directamente por el aumento de ventas de los diferentes productos; en cuanto a la factibilidad política tiene un indicador medio alto y cabe recalcar que el colaborador tiene un respaldo muy importante que es el código de trabajo.

El segundo componente Aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo., también tiene un impacto muy alto es decir que consideran efectivo el mejoramiento profesional oportuno y fortuito para el desarrollo del empresa, y de

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

la misma manera existen recursos técnicos aptos para complementar el proyecto mediante programas que describen las actividades que se planean realizar, también la empresa cuenta con una estabilidad financiera que da apertura al proyecto y además si se complementan con el recurso humano la empresa se verá beneficiada y competente a un nivel más elevado de productividad y dentro del mercado.

La factibilidad social tiene una intervención importante ya que es la sociedad, es decir los clientes tanto internos como externos que se ven involucrados en la aceptación y en la implementación del proyecto en la empresa, tiene una ponderación alta es importante la decisión conjunta que se tome para la mejora de la organización, y la factibilidad política tiene el mismo equivalente es decir alto, y esta factibilidad se ve protegida con las leyes que amparan a los trabajadores estableciendo el trabajo digno a todas las personas, a más de la futura rentabilidad y utilidad que se verá proyectada mediante la implementación del proyecto.

El tercer componente es cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores., tiene un impacto muy alto, es decir que los colaboradores mismos sean quienes se enfoquen en la superación de sus ámbitos profesionales ya que el beneficio es para ellos mismo. En la empresa se tiene en cuenta los recursos técnicos que facilitan la ejecución del proyecto y los recursos financieros para dar seguimientos al interés del desarrollo profesional son estables y agiliza los procesos que se tiene propuesto realizar; La Factibilidad social tiene una ponderación alta siguen siendo los ciudadanos que verán a la empresa con buenos ojos al saber que fomentan en los colaboradores sobre su interés profesional. La factibilidad política tiene un equivalente a medio alto es decir que los colocadores tienen un amparo importante como lo son cada artículo del código de trabajo

El propósito de proyecto es el incremento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa Tirezzone., cabe recalcar que una manera más fructífera de que la empresa pueda mantenerse y sobresalir en el mercado es mediante la implementación y adición de nuevos conocimiento y por ende nuevas estrategias para alcanzar de manera óptima los objetivos de venta de la empresa, tiene un impacto equivalente a alto, es decir que la necesidad de educación, habilidades y destrezas es fundamental en cada colaborador de la empresa Tirezzone.

En cuanto a la factibilidad técnica existen varios parámetros que no se pueden omitir, como por ejemplo establecer horarios para las respectivas capacitaciones, talleres o diferentes cursos que la empresa implemente a los colaboradores para fomentar este interés de una mejor expectativa laboral, sin embargo, mediante una organización eficiente se puede lograr el cumplimiento de este parámetro y de tal manera que se logre la implementación del proyecto. La factibilidad financiera también tiene una ponderación media alta es decir que, la empresa Tirezzone cuenta con un estimado financiero apto para seguir proyectando las actividades planeadas, y con el mejoramiento y el resultado de la ejecución del mismo se verán mejor recurso financieros tanto para la empresa como para los colaboradores. Teniendo en cuenta los parámetros para realizar las capacitaciones adecuadas al personal, involucra el tiempo que no intervenga con el horario laboral y el empoderamiento de los trabajadores en los diferentes temas tratados.

El factor social tiene un indicador alto, está involucrada la sociedad, los clientes internos, es decir los trabajadores, y además las familias que podrán percibir los resultados del proyecto a largo plazo, y también la empresa estará en un estatus más alto en cuanto a la responsabilidad social de los trabajadores, porque la sociedad hará un buen gesto a la acción de capacitar a los colaboradores. El factor político tiene una relación con la necesidad de cubrir las necesidades de educación y se ve relacionada también con las leyes de código de

trabajo y además de el y plan nacional del buen vivir, Objetivo 4 (potencialidades de la ciudadanía), este factor tiene un equivalente alto, la empresa se beneficiará y un grupo de colaboradores también, serán ellos que puedan y tengan la capacidad de tomar decisiones para que la empresa tenga un mejor rendimiento laboral, profesional y se obtenga el éxito empresarial.

En conclusión, la sumatoria de las variables de la matriz de alternativas y el análisis óptimo de cada variable da como resultado una estrategia alta, es decir que el proyecto a realizarse tendrá una aceptación y factibilidad positiva que de mejores resultados a la productividad de la empresa.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos. -

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto de género	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional.	Generar liderazgo para la evolución de nuevos profesionales es fructífero para el progreso tanto individual como colectivo de las personas que quiera desarrollar algo, por tal motivo se da la factibilidad de lograrse (4)	Mejorar las relaciones interpersonal es de los colaboradores, así como también mantener la equidad entre hombres y mujeres (4)	Disminuir la carga y el estrés laboral de los trabajadores y entonces se evidenciará un mejor clima laboral. (4)	Lograr el entendimiento al nivel de profesionalismo que pueden obtener las personas (4)	Personal empoderamiento sobres las actividades y el cargo laboral y por tanto empoderamiento de la empresa. (4)	20	Alto
Aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo.	El proyecto pretende generar mejores ingresos y mayores utilidades una vez que se ejecute el mismo (4)	Se respetan los derechos de los colaboradores y se fomenta la inclusión de los mismos, para un bien común (4)	Lograr que los colaboradores sean partícipes del éxito empresarial mediante su aportación a la misma(4)	Analizar detalladamente el interés que da cada colaborador al desarrollo profesional (5)	Generar empoderamiento en el área comercial (4)	21	Alto
Cautivar el interés al mejoramiento	Motivar a los trabajadores en la importancia de la	Fomentar la equidad de género mediante las	Concordancia entre jefes y subordinados los	Mejorar el dominio de los	Colaboración entre la dirección y los trabajadores	20	Alto

profesional de los trabajadores.	evolución profesional. (4)	capacitaciones de inclusión (4)	horarios para las futuras capacitaciones. (4)	cargos laborales (4)	para la productividad de la empresa. (4)		
Incremento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área de venta de la empresa Tirezzone.	Se aumentará la productividad de la empresa mediante el cumplimiento de los objetivos del área comercial (5)	Se fomenta la equidad de género en la empresa. (5)	Desarrollar un buen clima laboral (4)	Lograr un eficiente desarrollo organizacional. (4)	Generar un impacto positivo a la empresa y a los colaboradores (5)	23	Alto

Tabla 4: Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Fuente: Investigación de campo Tirez zone

Elaborado por: Zacarías D

4.02.01 Análisis de la matriz de impacto de los objetivos. -

Para el análisis de la matriz de impacto de los objetivos se debe tener presente los objetivos analizados el primer objetivo es fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional., la factibilidad de lograrse de este objetivo es alta por que el proyecto tiene la aspiración de que mejorar el nivel de profesionalismo es fructífero para el progreso tanto individual como colectivo de las personas que quiera desarrollar algo, además de mejorar las relaciones interpersonales de los colaboradores, así como también mantener la equidad entre hombres y mujeres en la empresa que es el impacto de género que también es alto, en su impacto ambiental se pretende disminuir la carga y el estrés laboral de los trabajadores y entonces se evidenciará un mejor clima laboral.

El primero objetivo tiene como relevancia una ponderación alta y que va a lograr el entendimiento al nivel de profesionalismo que pueden obtener las personas para el mejoramiento de superación profesional. Teniendo la sostenibilidad de un personal empoderamiento sobres las actividades y el cargo laboral que tenga cada colaborador y por tanto empoderamiento de la empresa.

El segundo objetivo es aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo, la factibilidad de lograrse es que el proyecto pretende generar mejores ingresos y mayores utilidades una vez que se ejecute el mismo. El impacto de género también tiene un equivalente a alto ya que se respetan los derechos de los colaboradores y se fomenta la inclusión de los mismos, para un bien común que favorecerá a la empresa, en cuanto al impacto ambiental cuenta con equivalente alto también, ya que se intenta lograr que los colaboradores sean partícipes del éxito empresarial mediante su aportación a la misma. Y además la relevancia de este objetivo es analizar detalladamente el interés que da cada colaborador al desarrollo profesional de los mismos para comprender su relevancia y sus resultados para con la empresa. Y la sostenibilidad de Generar empoderamiento en el área comercial de la empresa Tirezona, es decir que sean los colaboradores de dicha área quienes incrementen las ventas y por tanto la utilidad de la empresa mediante el desempeño, el aprendizaje y la aplicación de las nuevas estrategias en el área de ventas.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

El tercer objetivo es Cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores., este objetivo tiene una factibilidad de lograrse mediante la motivación a los trabajadores en la importancia de la evolución profesional tiene una ponderación alta al igual que el impacto de género que de igual forma se interpreta como fomentar la equidad de género en la empresa lo que aportará a la empresa y serán tanto para hombres como para mujeres y que logren el éxito empresarial. El impacto ambiental tiene una ponderación alta es desarrollar un buen clima laboral que favorezca al planteamiento del proyecto, este objetivo tiene de relevancia Lograr un eficiente desarrollo organizacional en la empresa Tirezona es decir que todo el impacto y las mejoras positivas que se busca desarrollar es con la finalidad de mantener y destacar a la empresa en el mercado competitivo. Y la sostenibilidad es generar un impacto positivo a la empresa y a los colaboradores, tiene relación con la relevancia pero la diferencia es lograr los mismos resultados dentro de la empresa y para cada colaborador y en cada colaborador a su familia

4.03. Diagrama de estrategias. -

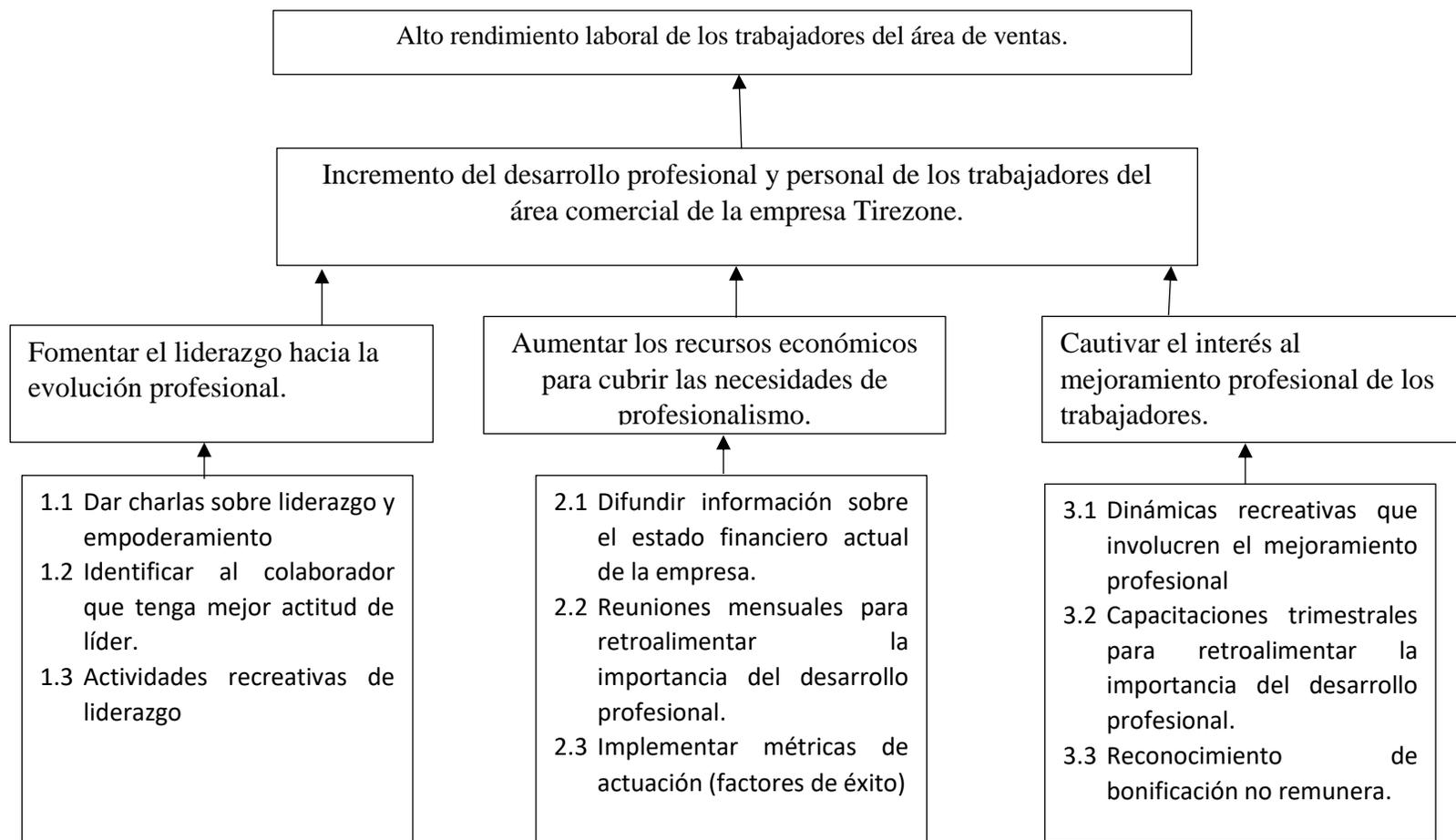


Ilustración 4: Diagrama de estrategias

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 –

4.03.01 Análisis del Diagrama de estrategias. -

El diagrama de estrategias tiene una finalidad para el proyecto es el alto rendimiento laboral de los trabajadores del área de ventas y mediante los demás componentes se verá el resultado positivo del mismo, generar un mayor rendimiento laboral en los trabajadores beneficia a la empresa ya que es el recurso humano que da movimiento y cumplimiento de los objetivos individuales y en conjunto. El rendimiento laboral también se puede considerar como una estrategia de negocio, porque de esa manera se aumenta la productividad en la empresa.

El propósito específico que es incrementar el desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa Tirezona. Para el cumplimiento de éste objetivo y los resultados a largo plazo se designaron los siguientes componentes el primero es fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional de los trabajadores y el cumplimiento de éste componente se propuso las siguientes actividades que son coherentes y aplicables en la empresa, y además tendrán un impacto positivo a la sociedad y se verá beneficiada tanta la empresa como los colaboradores de la misma. Las actividades para la ejecución de este objetivo son las siguientes:

- 1.1 Dar charlas sobre liderazgo y empoderamiento
- 1.2 Identificar al colaborador que tenga mejor actitud de líder.
- 1.3 Actividades recreativas de liderazgo

Cada actividad tiene una finalidad específica pero todas buscan un objetivo en común, en la actividad 1.1 se pretende buscar los temarios más importantes que puedan aportar al interés del liderazgo y el empoderamiento de los colaboradores significativamente y mediante eso se verá quienes son los que tienen iniciativa de emprendimiento, otra de las actividades, 1.2 intenta reconocer en la empresa al trabajador que vea para si mismo y para su equipo de trabajo el interés de profesionalismo, será quien de ideas innovadoras que potencien a la productividad empresarial.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

La tercera actividad a realizar 1.3 se realizarán actividades recreativas de liderazgo que sean benéficas para el área comercial y se pueda generar empoderamiento hacia la empresa.

Las actividades a realizarse en el segundo objetivo que es Aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo permitirá que todos quienes conforman la empresa Tirezone empezando por los directivos tenga en claro la repercusión del desarrollo profesional para los colaboradores y sean ellos el eje principal de la organización así como también un factor importante para mantener a la empresa en un mejor estatus competitivo a nivel nacional y mediante la implementación del proyecto que procura una mejor utilidad. Las actividades son las siguientes:

- 2.1 Difundir información sobre el estado financiero actual de la empresa.
- 2.2 Reuniones mensuales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.
- 2.3 Implementar métricas de actuación (factores de éxito)

De la misma manera la actividad tiene el propósito de dar cumplimiento óptimo al objetivo planteado, es decir la actividad 1.1 intenta que todos quienes conforman la empresa Tirezone tengan en conocimiento de la situación financiera actual que se encuentra la misma con el objeto de que haya un efecto de preocupación y de decisión a la mejora del rendimiento laboral. En la actividad 1.2 se planifica hacer reuniones mensuales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional y de esa manera dar seguimiento al objetivo. La siguiente actividad 1.3 es más práctica ya que es la que se van a ejecutar directamente con las acciones de los trabajadores para medir el éxito empresarial y como aporta cada uno en los objetivos empresariales.

El tercer objetivo es Cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores, explicar las ventajas de la superación personal, y el deseo de educación e innovación que deben tener los colaboradores, para éste objetivo también se planteó actividades que ayudan a dar cumplimiento y seguimiento del objetivo, las actividades son:

- 3.1 Dinámicas recreativas que involucren el mejoramiento profesional
- 3.2 Capacitaciones trimestrales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.
- 3.3 Reconocimiento de bonificación no remunerada.

Estas actividades son más prácticas y motivacionales para los colaboradores; la actividad 3.1 es realizar dinámicas recreativas involucrando al desarrollo profesional, y se puede realizar dentro o fuera de la empresa. En la actividad 3.2 se darán capacitaciones trimestrales con temarios interesantes que enfoquen el interés de los colaboradores hacia los nuevos profesionales estratégicos. En la actividad 3.3 además de las capacitaciones se dará un reconocimiento no remunerado, pero si motivacional, es decir, por ejemplo, un reconocimiento de una placa o un almuerzo familiar al trabajador que tenga más interés en el desarrollo profesional y personal.

4.04 Matriz de Marco lógico. -

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Alto rendimiento laboral de los trabajadores del área comercial.	Los trabajadores incrementarán en un 40% su rendimiento y pueden asegurar nuevas estrategias de mercado mediante el plan de actualización de conocimientos, en el 2do trimestre del 2020	Resultados visibles en la empresa, observación directa y comparación con bitácoras de ventas anteriores.	Colaboradores empoderados en el área de trabajo en la empresa Tirezone.
PROPÓSITO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Incremento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa Tirezone.	Los colaboradores de la empresa a comparación de los resultados actuales habrán incrementado su rendimiento laboral en un 60%	Verificación y observación directa del comportamiento organizacional.	Los colaboradores tendrán un ambiente laboral adecuado para la ejecución de sus funciones.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

COMPONENTES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional.	En la empresa Tirezona se habrá reconocido al colaborador que posea características de liderazgo en 80%	Observación directa a los colaboradores	Los colaboradores estarán en competencia sana con la finalidad de verificar la iniciativa de cada uno.
Aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo.	El proyecto pretende mejorar las utilidades netas de la empresa en al menos un incremento del 30% para las próximas capacitaciones	Encuestas o evaluaciones trimestrales para verificar el mejoramiento.	Los trabajadores tendrán la destreza suficiente para reconocer la importancia de su desarrollo profesional.
Cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores.	Los colaboradores serán capaces identificar sus intereses y sus logros sobre desarrollo profesional. En un 50%	Encuestas a los clientes internos es decir a los colaboradores para evaluar el interés y su mejora productiva	Mayores oportunidades de crecimiento y éxito empresarial.

ACTIVIDADES	RESUMEN DEL PORESUPUESTO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>1.1 Dar charlas sobre liderazgo y empoderamiento.</p> <p>1.2 Identificar al colaborador que tenga mejor actitud de líder.</p> <p>1.3 Actividades recreativas de liderazgo</p>	<p>Sala de capacitación, expositor, proyector, material didáctico \$350</p> <p>Hojas papel bond, esferos, portapapeles nómina. \$10</p> <p>Material dinámico, Break Lista de asistencia \$55</p>	<p>Facturas</p> <p>Lista de asistencia</p>	<p>Desinterés de los colaboradores a la participación de actividades.</p>
<p>2.1 Difundir información sobre el estado financiero actual de la empresa.</p> <p>2.2 Reuniones mensuales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.</p> <p>2.3 Implementar métricas de actuación (factores de éxito)</p>	<p>Bitácoras y documentación física.</p> <p>Sala de capacitaciones.</p> <p>Material didáctico \$35</p>	<p>Facturas.</p> <p>Documentación física.</p>	<p>Documentación desactualizada con información relevante de la empresa.</p> <p>Indiferencia al DPP en los colaboradores.</p> <p>Desconocimientos de las métricas de actuación.</p>

<p>3.1 Dinámicas recreativas que involucren el mejoramiento profesional</p>	<p>Material dinámico, break \$110</p>	<p>Facturas Elaboración de contrato.</p>	<p>Indiferencia a las dinámicas planificadas.</p>
<p>3.2 Capacitaciones trimestrales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.</p>	<p>Sala de capacitaciones. Capacitador. Material didáctico. \$130</p>		<p>Capacitador no retiene atención de los trabajadores.</p>
<p>3.3 Reconocimiento de bonificación no remunerada.</p>	<p>Sellos representativos. Tarjetas de bono.</p>		<p>Remuneraciones no satisfactorias para los trabajadores.</p>

Tabla 5: Matriz de Marco lógico

Fuente: Investigación de campo TIRE zone

Elaborado por: Zacarías D.

4.04.01 Análisis de la matriz de Marco Lógico. -

La matriz del marco lógico tiene la finalidad con aporte significativo para la empresa la finalidad es Incremento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa Tirezone. Se ha deducido que esta área específica es la que ha tenido falencias, el indicador se va a establecer con una comparación del rendimiento laboral anterior con el rendimiento laboral después de ejecutar el proyecto se re reflejado con 60% de mejora para la productividad, el medio de verificación es la observación directa a los colaboradores y directivos y plasmar parámetros que califiques el desarrollo organizacional, el supuesto es que los colaboradores tendrán un ambiente laboral adecuado para la ejecución de sus funciones y con el resultado óptimo de su rendimiento laboral.

El propósito de este proyecto es incrementar del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa Tirezone para que haya un mejor rendimiento y empoderamiento de personalidad en cada uno de ellos, y así tengan la facilidad de desenvolverse y obtener mejores resultados de ventas, el indicador de este propósito es que los empleados de la empresa a comparación de los resultados actuales habrán incrementado su rendimiento laboral en un 60% el medio de verificación será observación directa a los colaboradores en cuanto al comportamiento organizacional, así se percibirá el resultado deseado, el supuesto que se tiene en cuenta es que los empleados tendrán un ambiente laboral adecuado para la ejecución de sus funciones.

Se detallará en tres componentes que son parte importante para que se efectúe el proyecto el primero componente es fomentar el liderazgo hacia la evolución profesional, de ésta manera algunas de las personas que laboran en la empresa se identificarán como líderes que den iniciativa a un objetivo planteado, el indicador se concibe en la empresa Tirezone que se habrá reconocido al colaborador que posea características de liderazgo en 80% y el medio de verificación será la observación directa a los colaboradores que estén participando

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

discretamente en el proceso de identificación de líderes, el supuesto de este componente será que los colaboradores estarán en competencia sana con la finalidad de verificar la iniciativa de cada uno.

El segundo componente es aumentar los recursos económicos para cubrir las necesidades de profesionalismo, es decir que un porcentaje de las utilidades de la empresa serán enfocados en los planes de actualización de conocimientos de los colaboradores; El indicador de este componente es que el proyecto pretende mejorar las utilidades netas de la empresa en al menos un incremento del 30% y con ese mismo aumento servirá para las próximas capacitaciones, el medio de verificación es mediante encuestas o evaluaciones trimestrales a los colaboradores para verificar su rendimiento y si sus conocimientos han mejorado como fue lo planificado. El supuesto es que los trabajadores tendrán la destreza suficiente para reconocer la importancia de su desarrollo profesional, mediante los programas de capacitación

El tercer componente es cautivar el interés al mejoramiento profesional de los trabajadores, se puede empezar un cambio y un interés desde los mandos más altos para que sean ellos quienes direccionen a los colaboradores al desenvolvimiento profesional en cualquier área que estén laborando, un indicador es que los colaboradores serán capaces identificar sus intereses y sus logros sobre desarrollo profesional en un 50%, medio de verificación serán las encuestas que se realicen a los trabajadores. El supuesto es que haya mejores oportunidades de crecimiento y éxito empresarial.

Para la realización de este proyecto se han planificado varias actividades como:

- 1.1 Dar charlas sobre liderazgo y empoderamiento
 - 1.2 Reconocer al colaborador que tenga mejor actitud de líder.
 - 1.3 Actividades recreativas de liderazgo
-
- 2.1 Difundir información sobre el estado financiero actual de la empresa.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

- 2.2 Reuniones mensuales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.
- 2.3 Implementar métricas de actuación (factores de éxito).

- 3.1 Dinámicas recreativas que involucren el mejoramiento profesional
- 3.2 Capacitaciones trimestrales para retroalimentar la importancia del desarrollo profesional.
- 3.3 Reconocimiento de bonificación no remunerada.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes

La formación continua en el personal de todas las empresas debe ser un proceso de forma sintetizada y ordenada, es decir que se dará de manera organizada en cuanto a la jerarquización de necesidades empresariales, éste proceso permitirá el fortalecimiento y actualización de conocimientos particulares enfocados en un área específica, el cual posibilita un mejor desempeño en el ámbito laboral y por ende un mayor rendimiento en todos quienes intervengan en la movilidad de la empresa, para que los conocimientos aplicados en el área especificada sean consecuencia de una entidad productiva, de forma semejante que la misma sea parte de un conjunto de empresas relevantes en su giro de negocio.

El tema de capacitaciones es elemental en las organizaciones cuyos objetivos son el mejoramiento de su personal, así como el plan carrera que favorece el desarrollo de los empleados, usualmente son ellos quienes ejercen y aseguran los objetivos de las empresas; Y del mismo modo en aquellas entidades que se preocupan por el desarrollo profesional de sus colaboradores, ya que dará la oportunidad a modernizar las diligencias de la empresa y optimizar procesos básico, además de generar posteriores estrategias basadas en aptitudes de dominio profesional.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Tirezone, es una empresa distribuidora de aros y llantas, que brinda sus servicios en el área de comercialización y distribución, en los centros de distribución de mayor demanda en la ciudad de Quito, además de impartir asesoría profesional e innovación en lo referente a la restauración de todo tipo de vehículos a los clientes que se orientan al giro de negocio de la empresa.

Analizando minuciosamente y mediante la observación directa, además de una breve encuesta al gerente de la empresa, se dedujo que la comercialización de los productos no era favorable para la empresa y también se llegó a la conclusión de que hay un grado de complejidad en los trabajadores de un área en particular, fue el área comercial. Ahí se manejan procesos de marketing, los cuales se enfocan en satisfacer las necesidades del cliente, quienes son el factor de éxito de cualquier entidad, del mismo modo a ventas que se encarga distribuir el producto ya sea al por mayor o menor con la finalidad de que se reparta el producto a los diferentes locales comerciales.

Se logró detectar que había falencias y desinterés hacia los objetivos de esta área. Porque los trabajadores quienes dan cumplimiento a los mismos, no se sentían conformes en cuanto a la metodología comercial que ellos mismo impusieron, visto que la productividad de la empresa Tire zone no ascendía de la manera que en un principio se había planificado.

5.02 Justificación de la propuesta.-

El proyecto que se pretende realizar tiene la finalidad de que haya un mejoramiento en lo que conlleva el desarrollo personal y profesional de una persona, es decir que se cumplan con los objetivos individuales y se siga sumando conocimientos con enfoque a las necesidades laborales de cada trabajador, que tengan relevancia en el ámbito profesional, además de formar trabajadores confiados con sustentos teóricos y prácticos a fin de que tengan seguridad en sí mismos.

Por consiguiente y en beneficio de la empresa Tire zone, se quiere mejorar la productividad y la eficiencia de todos quienes son parte de la entidad, principalmente del personal del espacio comercial asumiendo que éste espacio se relaciona directamente a la rentabilidad y sustentabilidad en el mercado.

La propuesta de diseñar un plan de capacitaciones surge por causa de la situación prevista en la empresa, ésta idea de formación continua es un buen comienzo para detectar quienes están interesados en el fortalecimiento de sus aptitudes, es una forma de motivación con la condición de que se vean resultados proyectados, mediante la actualización de conocimientos profesionales a un futuro en corto y largo plazo.

El propósito del presente trabajo es que los colaboradores aprecien y ambicionen una superación personal, que supere sus mismas expectativas a fin de que no haya un estancamiento educativo - profesional y que mediante los temarios de las capacitaciones se retenga la atención y se cree un mayor grado de interés a lo explicado. La empresa y los empleados serán partícipes activos y testigos primordiales de los resultados positivos planificados en éste proyecto.

5. 03 Objetivo General.-

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo personal y profesional en los trabajadores del área comercial de la empresa Tire zone.

5. 04 Marco referencial.-

5. 04. 01 ¿Qué es el liderazgo?

En el libro “*Menos líderes, más liderazgo*” de los autores; (Gioya & Rivera, 2008) manifiestan que: “Se pasa el concepto de liderazgo como poder a un concepto de influencia, de convencimiento del otro. Por lo tanto, el desarrollo de liderazgo se basará simplemente en desarrollar las habilidades interpersonales de las personas para que sean líderes” (P. 3). Adicionalmente a esto, el liderazgo se considera una manera de influenciar a un grupo de personas con la finalidad de lograr un objetivo en común.

5. 04. 02 ¿Qué es una capacitación?

Según los autores Cota Luévano y Rivera Martínez, ambos Mexicanos, (2016) Llegan a la conclusión de que una capacitación es una herramienta que ayuda a mejorar el desempeño de los colaboradores. La cual tiene como finalidad lograr un cambio positivo en la organización en la que se proceda dicha capacitación y entender sobre los beneficios y ventajas que facilitará este cambio. La importancia de tener una capacitación dentro de las empresas radica en la nueva perspectiva que se da en ésta. Además, se apoya de la tecnología e innovación para surgir en esta nueva etapa de crecimiento empresarial.

Los autores afirman que en la ciudad de México, las capacitaciones no son de carácter obligatorio en las empresas privadas. Pero tienen efecto positivo a las mismas y por esta razón importante es que los empleadores invierten en el desarrollo de sus colaboradores; Al ser una actividad con objetivos claros conviene señalar que las capacitaciones favorecen al crecimiento del personal y profesional que formará el recurso humano necesario y esencial de la empresa. (Cota Luévano & Rivera Martínez, 2016)

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

Sin embargo en el Ecuador, el tema del desarrollo humano es inexcusable, debido a que el sector público se ha fijado en potencializar el talento humano y según un ordenamiento jurídico interno compuesto por la Constitución de la República, se reconoce y garantiza a las capacitaciones como un derecho para todo quienes laboran en empresas del sector público. Es si, que en el Plan Nacional De Capacitaciones (PNDC, 2018) hace mención al artículo 234 de la Constitución de la República: “El Estado garantizará la formación y capacitación continua de las servidoras y servidores públicos a través de las escuelas, institutos, academias y programas de formación o capacitación del sector público”.

5. 04. 03 Tipos de capacitaciones

Las capacitaciones son actividades planificadas y tienen la finalidad de adicionar conocimientos en distintas áreas según la empresa lo necesite, además de formar el desarrollo humano. Por ende se clasifican por varios criterios; En el portal de la Pedagoga Bárbara Galván, se detalla la clasificación de los tipos de capacitaciones.

A) Por su formalidad.-

Capacitación Formal: Son las que se han programado detalladamente para un fin específico, pueden durar desde días hasta varios meses.

Informal: Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa.

B) Por su naturaleza.-

Capacitación de Orientación: Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización.

Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo.

Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.

Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

Capacitación de Supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales.

C) Por su nivel ocupacional.

Capacitación de Operarios.

Capacitación de Obreros Calificados.

Capacitación de Supervisores.

Capacitación de Jefes de Línea.

Capacitación de Gerentes.

D) Capacitación para el trabajo.

Son dirigidas al empleado que va realizar funciones en su área de trabajo, puede ser un trabajador nuevo o alguien que haya ascendido de puesto dentro de la organización. Se dividen en cuatro tipos: Capacitación de pre ingreso y capacitación de inducción, promocional y capacitaciones en el trabajo, en este último tipo mencionado es donde se va a enfocar el presente proyecto, puesto que trata de desarrollar y mejorar habilidades y aptitudes encaminadas al progreso personal y por ende al de la empresa, los resultados se proyectarán en corto y largo plazo (Galván, 2011)

5.04.04 Ciclo de la capacitación

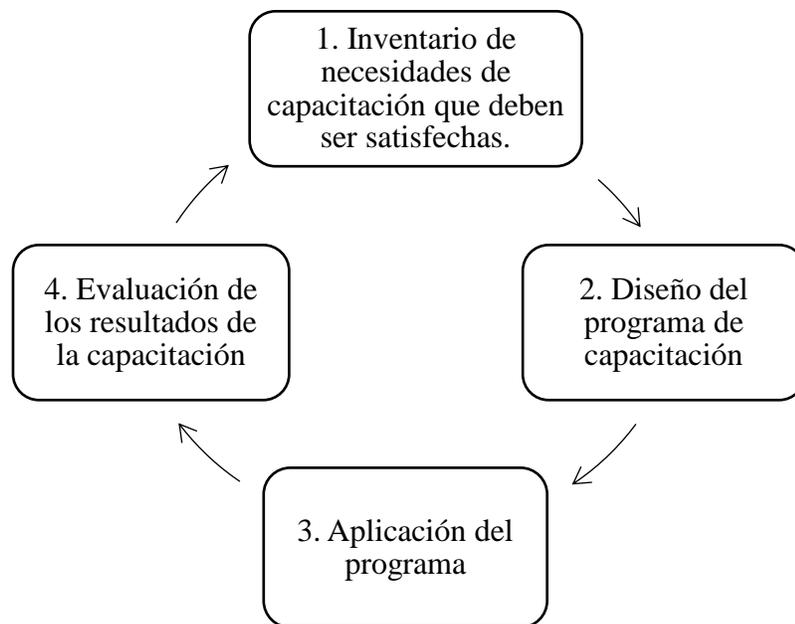


Ilustración 5: Ciclo de capacitación

Fuente: Investigación de campo Tirezona 2020

Elaborado por: Zacarías D.

En el libro de (Chiavenato, 2002) *Gestión de Talento Humano*: “El Nuevo Papel de los Recursos Humanos en las Organizaciones, manifiesta, la importancia de la incorporación de las capacitaciones dentro de las empresas, definiendo a la sumatoria de ciencias en el factor humano como el motor esencial de la empresa. Es así, que el autor representa un ciclo de la capacitación, y de forma general simboliza los procesos de la misma, en este ciclo implica 4 pasos que son:

1. Inventario de necesidades de capacitación que deben ser satisfechas.
2. Diseño del programa de capacitación
3. Aplicación del programa
4. Evaluación de los resultados de la capacitación.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

5. 04. 05 Beneficios de una capacitación

Las capacitaciones, de igual manera tienen beneficiarios directos, es decir, los capacitados o las personas que adquieren los cursos, talleres, seminarios. Son ellos quienes evalúan los temarios y la metodología con la que se exponen los diferentes contenidos, el objetivo es asegurar que se capten las necesidades de la empresa y abordar directamente sobre los puntos o áreas específicas en las que se haya encontrado dificultades con la intención de que se optimicen las áreas que han tenido deficiencias.

En el portal de (López, 2013) “Beneficios de la Capacitación de los Empleados”, se analizó que los beneficios son tanto para la empresa como para empleado. Según López, los beneficios para la organización son:

- Mejora el conocimiento del puesto a todo nivel.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la empresa.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Ayuda a la formación de líderes y dirigentes.

Las capacitaciones favorecen a la entidad en donde son dictadas, debido a que se están fortaleciendo conocimientos en áreas específicas que los colaboradores necesitan, como por ejemplo al departamento comercial, los temarios son dirigidos a ventas y marketing, porque estas áreas darán sentido al departamento comercial. Además, mejoran y amplían los conocimientos aprendidos para el puesto de trabajo, cada miembro que compone el área comercial se identificará con los objetivos de la empresa en general.

Asimismo, otro beneficio de las capacitaciones es que facilita la toma de decisiones, da solución a los posibles problemas del área y aporta con nuevas estrategias que sirven para el cumplimiento de los objetivos, de esta forma, se logra un incremento de la productividad y se observa la calidad de trabajo tanto en el servicio como en el personal que lo desempeña. El personal se identifica con los aportes de ellos con la finalidad de que haya liderazgo entre los compañeros y sea uno quien guíe al resto de los trabajadores.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

En el portal, (López, 2013) menciona los beneficios al personal de la empresa:

- Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Estos beneficios están relacionados a los trabajadores, ayudan al crecimiento personal de los mismos, por ejemplo, una capacitación relacionada a ventas suma conocimientos enfocados al tema, pero también forma vendedores capaces de generar la necesidad de compra o adquisición en los clientes. De igual manera, se complementa a la autoconfianza, una posición asertiva y también la satisfacción con el cargo laboral dentro de la empresa.

También permite el cumplimiento de los objetivos individuales, esto quiere decir, los propósitos que desde un inicio cada colaborador se planteó al llegar a la empresa; pueden ser afines a al cargo laboral o de preferencia a lo que ellos se hayan propuesto; y entre los beneficios a los trabajadores, se elimina en ellos los temores de incompetencia, en otras palabras, el factor humano tiene más herramientas para lograr su propósitos y de esa manera mantiene a la organización dentro de un rango alto competitivo en el mercado.

5. 04. 06 ¿Qué es una capacitación In situ?

Según el portal (TecniFlow, 2020) explica sobre la capacitación In Situ y la define como: “La capacitación in-situ tiene lugar en el área de trabajo del personal y su principal ventaja es que puede enfocarse en los asuntos especiales de cada personal en particular.”

Este tipo de aprendizaje se implementa en su lugar, es decir, que está dentro del área de trabajo y se aplica mediante un grupo de expertos que permiten el soporte y la asesoría conveniente que darán mejor solución a los procesos de ventas a los clientes.

5. 04. 07 ¿Qué es un plan de capacitación?

El plan de capacitación como lo menciona en el portal (Edenred, 2020), es “el documento en el que se recogen las estrategias empresariales a nivel de formación y desarrollo de los trabajadores”, en efecto, se refiere a los procesos que se van a implementar antes de la ejecución de una capacitación como por ejemplo, la detección de necesidades en temas específicos como verificar la metodología en la que se va a diseñar cada una y además la evaluación de los resultados deseados.

Por otra parte, en el libro “Administración de Recurso Humanos” del autor brasileño (Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, 2011) explica al plan de capacitaciones como: “Un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos” (p. 418). Esto quiere decir, que se involucran procesos de cómo, cuándo, con quién se va a desarrollar el adiestramiento de necesidades detectadas a los colaboradores de la organización, y además de lograr el mejoramiento del capital humano.

5. 05 Marco Legal. -

La empresa Tire zone, desarrolla una mejor relación interpersonal entre jefes y subordinados, debido a que los directores de cada área entienden la importancia de la preparación profesional y las capacitaciones para los trabajadores de la organización. De esa manera, se obtiene el óptimo cumplimiento de los objetivos deseados del área que se encontraba con falencias notorias; Sin embargo para lograr todo lo que se planteó en el presente proyecto, se pretende mencionar algunas reglas o artículos del código de trabajo que fortalecen la investigación realizada.

Según El reglamento de capacitación y certificación de personas (Alvarracín, 2016) manifiesta incluso reglamentos

Art. 18.- La Dirección de Programación y Promoción de Servicios, o la que hiciera sus veces, será responsable de establecer el Régimen y/o Normas Técnicas y/o directrices de ejecución de los procesos de Capacitación (Desarrollo de Competencias Laborales) para los participantes en lo concerniente a horarios, horas de ingreso, ejecución en la modalidad de cursos, número de participantes, asistencia, condiciones de aprobación, especificidades y otros aspectos que se presentaren.

Art. 19.- Asistencia y Pago a los Facilitadores.- Los Facilitadores deberán cumplir con la carga horaria y/o condiciones establecidas en el contrato. Para realizar el pago correspondiente, las Direcciones Zonales, o Nacionales o quienes hagan sus veces, revisarán el número de horas clase efectivas trabajadas y/o las condiciones establecidas en el contrato y se solicitará el pago conforme los requisitos y procedimiento establecido para el efecto por la Dirección Financiera, o la que hiciera sus veces.

Según El Ministerio de Industrias y Productividad (Guerrero, 2018)

La capacitación está orientada para todo el personal que trabaja en las empresas sean públicas o privadas, productores o exportadores para dar a conocer y aplicar todo el procedimiento para la calificación y certificación de origen, con la finalidad de que el participante interesado en el desarrollo de una oferta exportable pueda acceder a los certificados de origen y sus beneficios, mediante el uso adecuado de la normativa nacional e internacional actualizada para la emisión de certificados de origen de los productos ecuatorianos.

Además de los conocimientos recibidos, el fin de la capacitación es que los participantes, al actualizar o mejorar sus competencias.

5.06 Marco Metodológico. -

Orientación al estudio.-

La metodología del presente trabajo constituye por su parte un conjunto de métodos, categorías, leyes y procedimientos que orientan los esfuerzos de la investigación hacia la solución de los problemas científicos con un máximo de eficiencia. (Jiménez Paneque, 1998, pág. 19).

5. 06. 01.- Metodología I+D+I

La metodología utilizada en el presente proyecto es (I+D+I) Investigación, Desarrollo e innovación. En el portal de “**Artica Ingeniería e innovación**”, explica los proyectos empresariales en dos categorías, en el segundo, menciona que: “Cuando la tecnología debe crearse o mejorarse sensiblemente: la asistencia de artica+i se inicia en el ámbito de I+D+I, facilitando el desarrollo de la tecnología que permitirá finalmente llevar la idea al mercado a través de un proyecto de Ingeniería.” (Artica, 2018).

Para la ejecución de proyectos empresariales, se estima a la Investigación, el desarrollo y la innovación como una gestión competitiva para la empresa, es decir, que sí se pretende mantener a la organización dentro del mercado, es necesario que la misma sea eficiente y esté en un nivel competitivo más alto, este tipo de metodología facilita la observación de falencias dentro de la identidad, además de que surgen ideas innovadoras para el mejoramiento de los productos o el servicio. Sin embargo para estos proyectos empresariales es factible el financiamiento adecuado para cubrir las necesidades del proyecto.

Esta metodología que se utilizó empleando en una empresa existente, Tire zone, con la finalidad de conocer las falencias que la organización mostraba dentro de la misma y como consecuencia afectando a sus clientes y a su producción, en este caso el área comercial y el desinterés al crecimiento profesional en los trabajadores. De ésta manera se pretende ejecutar y mejorar aspectos relevantes mediante una propuesta objetiva, es este caso, el diseño del plan de capacitaciones.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

La técnica que se utilizará para la ejecución del proyecto tiene un enfoque cuantitativo, en otras palabras, la recopilación y análisis de los datos y la información que los trabajadores del área comercial y la empresa proporcionen, todos enfocados al mejoramiento del desarrollo profesional y personal. En resumen, se utilizará una encuesta que consta de 10 preguntas en la escala Likert, para que los resultados deseados sean más concretos y precisos, además de optimizar tiempos en los resultados.

5.06.02 Tipo de Investigación

Investigación de Campo. -

Este tipo de investigación tiene sentido conjuntamente con información detallada, por ejemplo entrevistas, cuestionarios, test, encuestas y observación, éste tipo de información permitirá desarrollar la investigación de manera más concreta, debido a que los resultados evidentes serán consecuencia de réplicas de quienes acudieron o dieron dicha indagación.

Investigación Descriptiva.-

Este tipo de investigación cabe recalcar que describe de manera sistemática las características de una población o área de interés, el investigador recoge los datos sobre el tema de interés a fin de exponer y resumir información de manera cuidadosa.

5. 06. 03 Método Inductivo

Conocido como inducción. Este método llega a generalizaciones desde observaciones individuales, es decir, que va desde lo particular hasta lo general.

Además de que las capacitaciones dentro de la entidad son en beneficio de la misma y elevan el potencial humano con el fin de obtener personal altamente calificado en cuantos a técnicas y desempeño adecuado del cargo de trabajo.

5. 06. 04 Técnica.-

La técnica que se utilizará para la ejecución del proyecto tiene un enfoque cuantitativo, en otras palabras, la recopilación y análisis de los datos y la información que los trabajadores del área comercial y la empresa proporcionen, todos enfocados al mejoramiento del desarrollo profesional y personal. En resumen se utilizará una encuesta que consta de 10 preguntas en la escala Likert, para que los resultados deseados sean más concretos y precisos, además de optimizar tiempos en los resultados.

Población y muestra. -

Población:

La población también llamada universo o colectivo, hace referencia al conjunto de los elementos con características muy similares que nos facilitan el tema de investigación. En este proyecto se utilizará la población finita, es decir, la que está enfocada en un área específica, y en éste caso la empresa Tire zone.

Muestra:

La muestra es un subconjunto de la población. El muestreo utilizado en este proyecto son los colaboradores de la empresa Tire zone, 47 empleados en total son quienes forman parte de esta identidad.

5. 07.- Modelo de la Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS-PERSONAL

Objetivo: Determinar la factibilidad de la ejecución del proyecto plan de capacitaciones en beneficio de la productividad de la empresa.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la opción que considere conveniente.

1.- ¿Sabe usted, que es el desarrollo personal y profesional?

SI () NO ()

2.- ¿Cree usted que una capacitación influye en su desarrollo laboral?

SI () NO ()

3.- ¿Cuántas capacitaciones ha recibido en la empresa Tire zone? (En caso de la opción NINGUNA) siga la pregunta 5.

NINGUNA () 1-2 () 3-4 () 5 o + ()

4.- ¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido?

Profesional ()

Motivacional ()

Liderazgo ()

Otras ()

5.- ¿Por qué cree que la empresa no facilite el tema de capacitaciones?

Escaso presupuesto () Desinterés () Desorganización ()

6.- ¿Prefiere que en la empresa hayan más capacitaciones?

Profesional ()

Motivacional ()

Ambas ()

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

7.- ¿Cree usted que una charla de motivación ayudaría a mejorar el trato con los clientes?

SI () NO ()

8.- ¿Cree usted que al área comercial le hace falta motivación y capacitación?

SI () NO ()

9.- ¿En qué segmentos considera importante usted que se deben fortalecer los conocimientos importantes?

Ventas ()

Marketing ()

10.- ¿Cree usted que un plan de capacitaciones enfocado a ventas, ayudara a incrementar las ventas y fidelizar clientes?

SI () NO ()

¡Gracias, tu opinión es importante!

5. 08.- Tabulación y análisis de la encuesta.

Pregunta uno: .- ¿Sabe usted, que es el desarrollo personal y profesional?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
SI	23	48,9 %
NO	24	51,1%
TOTAL	47	100%



Ilustración 6: Pregunta 1

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

En la primera pregunta de la encuesta ¿Sabe usted, que es el desarrollo personal y profesional? Se puede apreciar los siguientes resultados de acuerdo a las respuestas dadas de todos quienes conforman la empresa Tire zone, De esta manera un 49% tiene conocimiento del tema, es decir, 23 participantes. Sin embargo el 51 % de los encuestados ignoran el tema de desarrollo personal y profesional, lo que abarca un total de 24 participantes.

Pregunta dos: ¿Cree usted que una capacitación influye en su desarrollo laboral?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
SI	38	80,8 %
NO	9	19.2%
TOTAL	47	100%

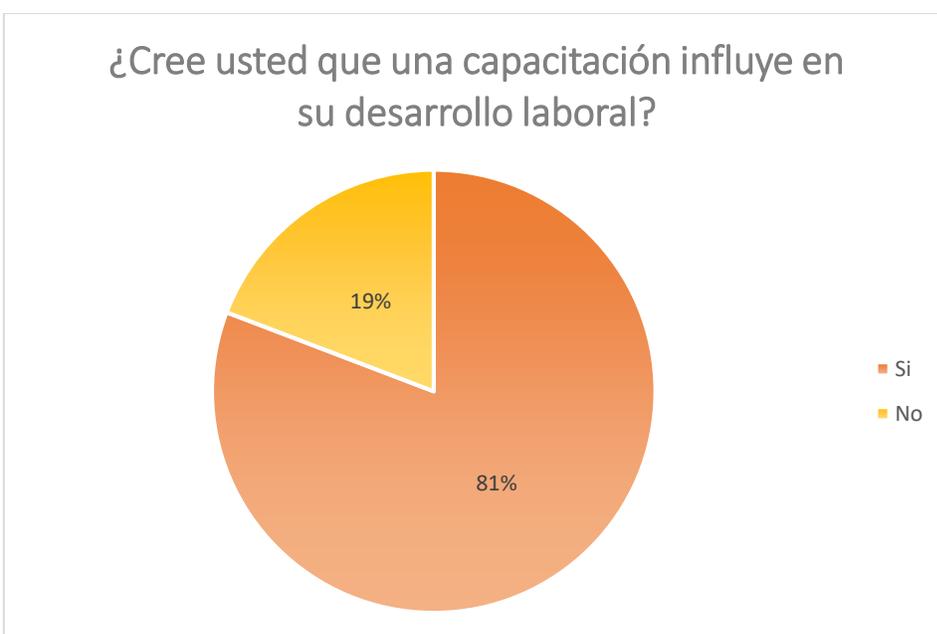


Ilustración 7: Pregunta 2
Fuente: Investigación de campo Tire zone
Elaborado por: Zacarías D

Análisis:

En la segunda pregunta, que refiere a la influencia de una capacitación en el desarrollo profesional, los encuestados, supieron manifestar respuestas con un 81% que si es importante las capacitaciones dentro del área laboral, pero el 19%, es decir, la respuesta de 9 participantes no considera que influya las capacitaciones dentro del desarrollo laboral.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Pregunta tres: ¿Cuántas capacitaciones ha recibido en la empresa? (En caso de la opción NINGUNA) siga la pregunta 4.

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
NINGUNA	4	8,5 %
1 – 2	22	46,8%
3 - 4	13	27,7%
5 0 +	8	17%

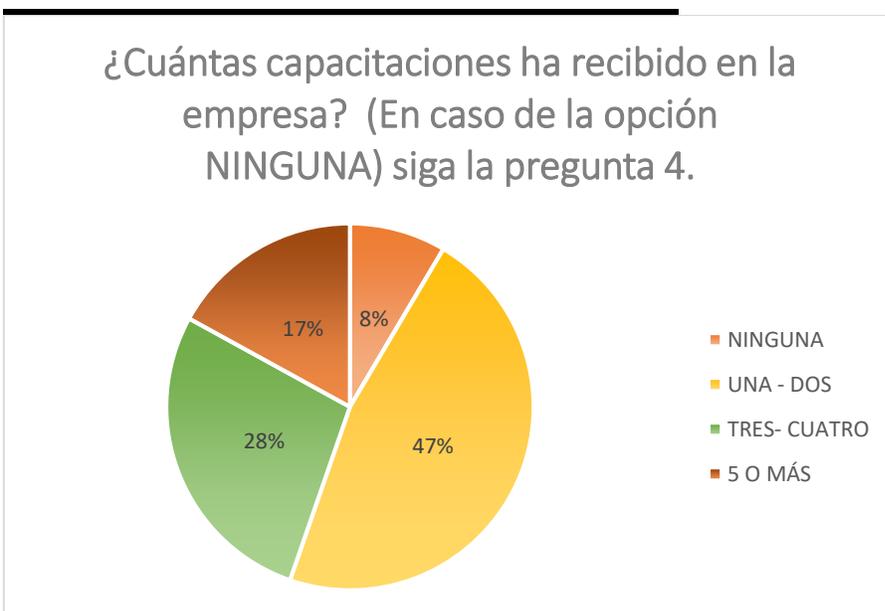


Ilustración 8: Pregunta 3

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

La tercera pregunta se enfoca en el número de capacitaciones que han recibido en la empresa, con un total de 47 individuos, quienes respondieron en un 8% que jamás había recibido alguna capacitación, el 47% respondieron haber asistido a 1 – 2, el 28% de los participantes han recibido entre 3 – 4 capacitaciones y con un 17%, es decir 8 empleados ha recibido más de 5 instrucciones.

Pregunta cuatro: ¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
PROFESIONAL	4	9,3 %
MOTIVACIONAL	23	53,5%
LIDERAZGO	12	27,9%
OTRAS	4	9,3%

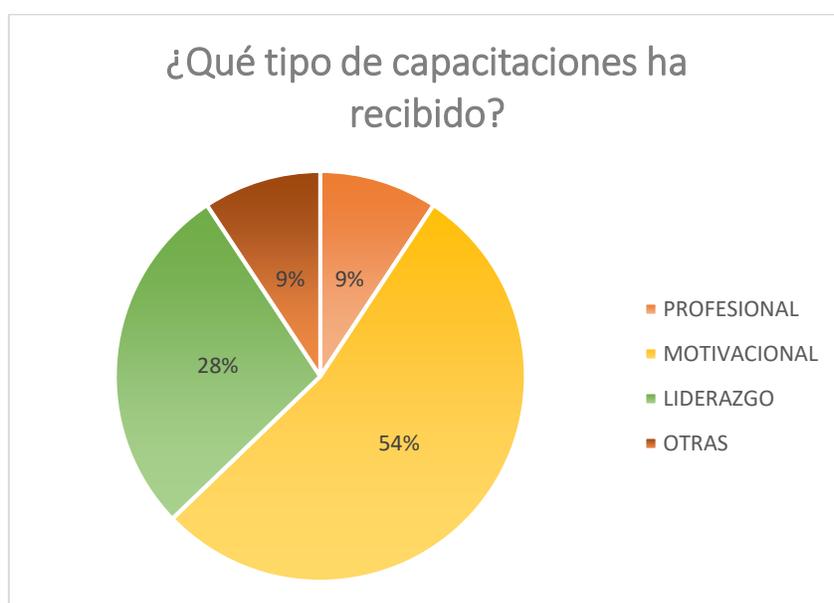


Ilustración 9: Pregunta 4
Fuente: Investigación de campo Tire zone
Elaborado por: Zacarías D

Análisis:

De la pregunta 3, 43 trabajador había recibido capacitaciones y se pretende saber de qué tipo son. Es así que, 4 trabajadores o sea el 9% fue profesional; 23 trabajadores el 54% recibieron capacitaciones de temas motivacionales; mientras que el 28% de los encuestados había recibido temas de liderazgo, y el otro 9 % se repartía a otros temas de interés

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Pregunta Cinco: ¿Por qué cree que la empresa no facilite el tema de capacitaciones?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
ESCASO PRESUPUE	26	55 %
DESINTERÉS	12	26 %
DESORGANIZACIÓN	9	19 %
TOTAL	47	100%

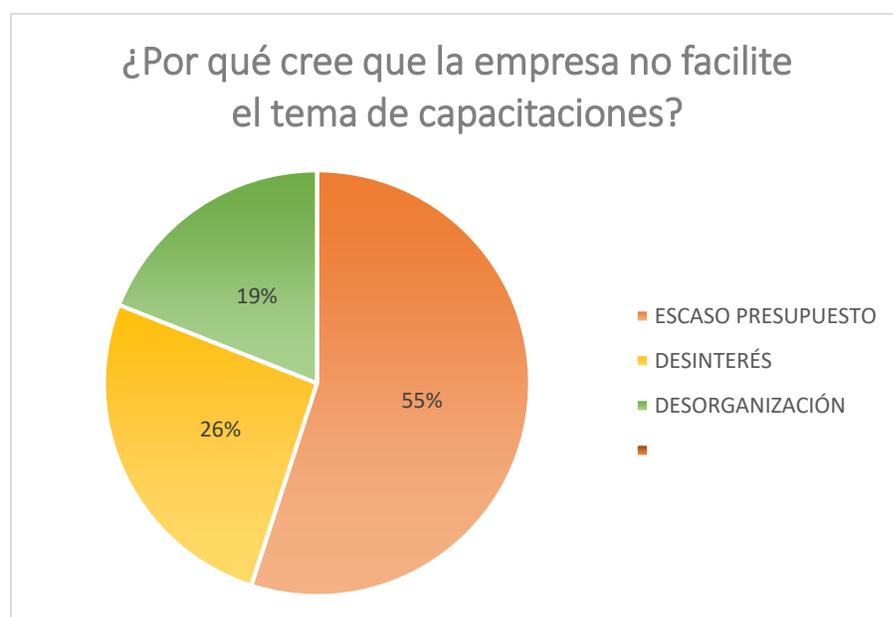


Ilustración 10: Pregunta 5

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías. D

Análisis:

La quinta pregunta, por qué creen que la empresa no de facilidad a las capacitaciones, se obtuvieron los siguientes resultados. El 55 % de los encuestados considera que es el escaso presupuesto lo que conlleva a limitar las capacitaciones en la empresa, el 26 % de los participantes cree que es el desinterés lo que dificulta el tema; mientras que el 19% de los entrevistados aseguran que la desorganización del departamento de logística limita los aprendizajes.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Pregunta seis: ¿Prefiere que en la empresa haya más capacitaciones?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
PROFESIONAL	28	59 %
MOTIVACIONAL	6	13%
AMBAS	13	28%
TOTAL	47	100%

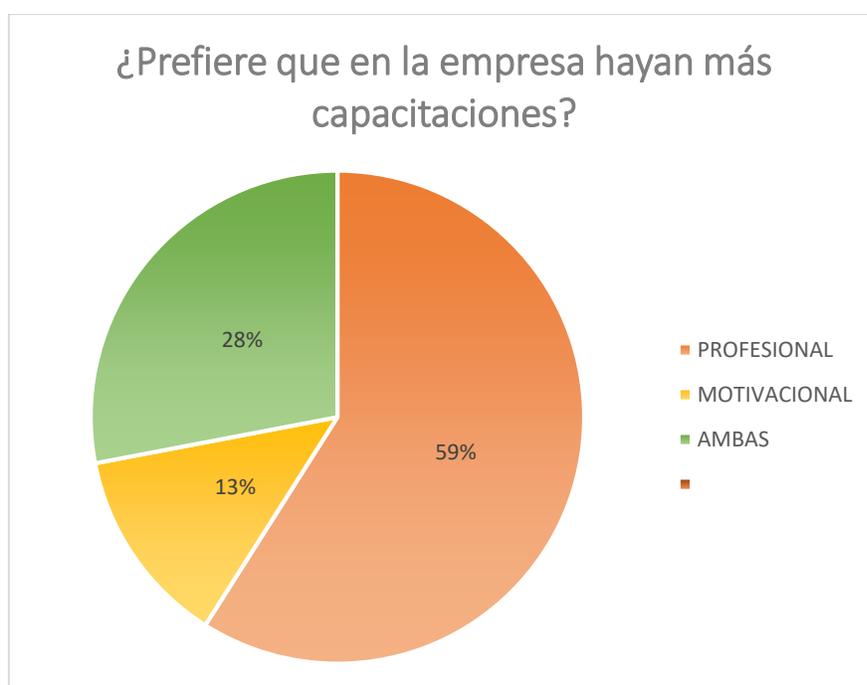


Ilustración 11: Pregunta 6

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

La pregunta 6 fue la preferencia de las capacitaciones en la empresa, los resultados que de mostraron fueron los siguientes: el 59 %, es decir 28 trabajadores prefieren de ámbito profesional, el 13 % con 6 individuos optan por capacitaciones motivacionales, mientras que el 28 % con 13 personas consideran que deben ser capacitaciones de ambas categorías, tanto profesionales como motivacionales.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

Pregunta siete: ¿Cree usted que una charla de motivación ayudaría a mejorar el trato con los clientes?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
SI	34	72%
NO	13	28%
TOTAL	47	100%

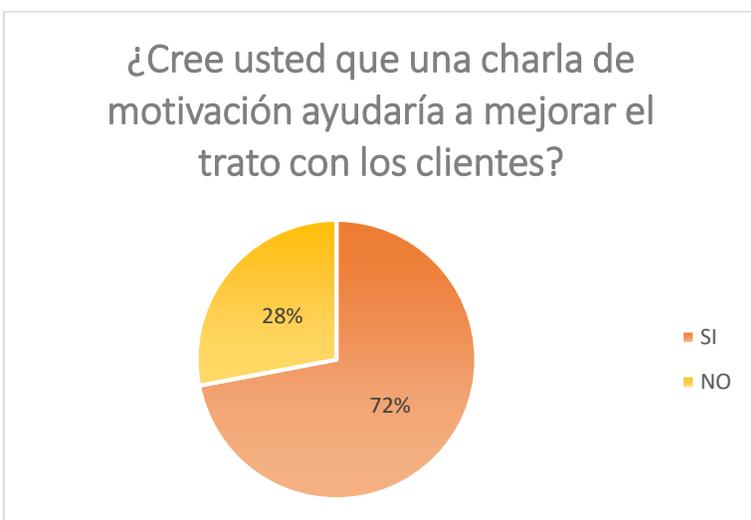


Ilustración 12: Pregunta 7

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

La pregunta 7 fue si ellos creen que una charla de motivación ayudaría a mejorar el trato de los clientes, a lo que ellos respondieron 72 % con 34 participantes Sí, la charla tendría resultados positivos hacia el trato de las personas, mientras que el 28%, es decir que 13 empleados respondieron No, no tenía nada que ver la charla de motivación con el trato de los clientes.

Pregunta ocho: ¿Cree usted que al área comercial le hace falta motivación y capacitación?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
SI	32	68%
NO	15	32%
TOTAL	47	100%



Ilustración 13: Pregunta 8

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

La pregunta 8 estaba más relacionada con el área comercial, y la pregunta fue ¿Cree usted que al área comercial le hace falta motivación y capacitación?, de la cual se obtuvieron las siguientes respuestas: 32 trabajadores respondieron que Sí, si hacía falta motivación y capacitación en esta área, es un 68 %, los otros 15 participantes no consideran que al equipo comercial les haga falta estos temas, en un 32 %

Pregunta nueve: ¿En qué segmentos considera importante usted que se deben fortalecer los conocimientos importantes?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
VENTAS	40	85%
MARKETING	7	15%
TOTAL	47	100%

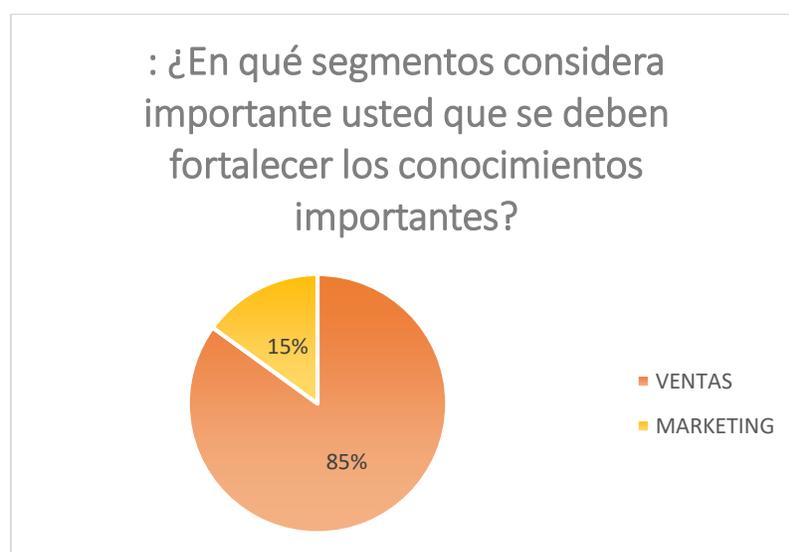


Ilustración 14: Pregunta 9

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

Los resultados que se obtuvieron de la pregunta 9 acerca de ¿En qué segmentos considera factible usted que se deben fortalecer los conocimientos importantes? Fueron en un 80% con 40 participantes que se debe fortalecer el área de ventas para aumentar la productividad, y los otros 7 colaboradores, el 15 % asume que la responsabilidad es del área de marketing.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Pregunta diez: ¿Cree usted que un plan de capacitaciones enfocado a ventas, ayudara a incrementar las ventas y fidelizar clientes?

Alternativa	Respuesta	Porcentaje %
SI	38	81%
NO	9	19%
TOTAL	47	100%

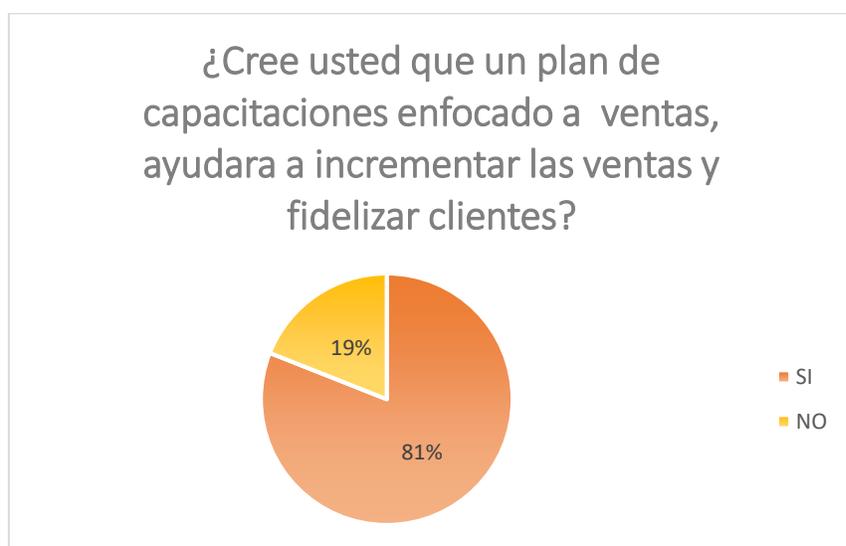


Ilustración 15: Pregunta 10

Fuente: Investigación de campo Tire zone

Elaborado por: Zacarías D.

Análisis:

La última pregunta mencionaba el plan de capacitaciones, con la siguiente pregunta ¿Cree usted que un plan de capacitaciones enfocado a ventas, ayudara a incrementar las ventas y fidelizar clientes? Las repuestas que los participantes describieron fueron de la siguiente manera: El 81 % de los encuestados afirman que este mencionado plan tendrá beneficios en cuanto a su clientela, el 19 % de los entrevistados, o sea 9 personas no considera que tenga que ver un plan de capacitación con el incremento de ventas.

Análisis General.-

Una vez aplicada la encuesta en la distribuidora Tire zone, se pudo comprobar mediante las diez preguntas en base al área comercial, al desarrollo personal y profesional y además las capacitaciones, con una visión de corroborar el problema planteado en la empresa, es así que, se llegó a la conclusión de reafirmar la aplicación del plan de capacitaciones, conforme a las réplicas de los colaboradores.

Se tuvo en cuenta las respuestas de los colaboradores y fueron ellos quienes afirmaron la necesidad de adquirir adiestramientos para los mismos colaboradores y en especial para los trabajadores enfocados en el área de ventas ya que ellos son capital humano esencial para el crecimiento de la empresa, por tal motivo, se pretende diseñar un plan de capacitaciones que satisfaga a la detección de necesidades de capacitación (DNC).

Cabe recalcar que la finalidad del plan de capacitaciones ayudará a los empleados de ésta área y a la empresa en general, a dar sostenibilidad a la misma, mediante los relevantes temarios orientados a ventas. De ésta manera, el proyecto pretende asegurar la plena complacencia a sus clientes y aumentar su productividad. Asimismo, reforzar al capital humano dentro de la identidad, de esta manera los directivos de Tire zone pondrán en práctica la propuesta con mayor frecuencia.

5.09 Diseño del plan de capacitaciones.

Procesos de capacitación

El presente diseño de plan de capacitaciones está enfocado en el área de ventas específicamente, dentro de los temarios se encuentran contenidos cuya importancia radica en el cliente y en el trato hacia ellos. De tal manera que se logró hacer un temario adecuado para los empleados del área. Ésta actualización de conocimientos consta de cuatro unidades que se desarrollaran en el transcurso del tiempo.

Introducción a la capacitación.

En la empresa Tire zone, los trabajadores quienes están dentro del área de ventas, son los que dan movilidad a la misma, por qué, el giro de negocio de la identidad se basa en la comercialización y distribución de aros y llantas, es decir, a vender aros y llantas a los clientes interesados. Las ventas es un tema muy mencionado dentro de cualquier organización, ya que vender es la acción de convencimiento, de generar el interés en los clientes hacia un producto o un servicio.

Dentro de la empresa Tire zone las capacitaciones han sido descartadas como de mayor importancia, pero en la sociedad normalmente una capacitación se considera esencial para el crecimiento de los empleados que laboran en una organización, por tal motivo, el presente plan de capacitaciones se enfoca en venta, para que los trabajadores conozcan bien lo que venden y además puedan generar mejores estrategias de convencimiento a fin de que la producción de la empresa siga elevándose a un mayor nivel.

Según un informe destacado de The Lifelong Learning The Economist, menciona que: “Las compañías que a menudo envían a sus empleados a cursos de capacitación tienen una tasa de productividad de 37% o más y un aumento de ingresos del 21% por empleado.”;

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la

además, “Las empresas que invierten en la capacitación de los empleados disfrutan un margen de beneficio superior en un 24% en comparación con las empresas que no lo hacen.

En este plan de capacitaciones, se destacan 4 unidades que se solidifican en la acción de vender y el buen trato a los clientes, el poder de convencimiento y también el cierre de ventas. Por la argumentación presentada, es que los trabajadores dedicados a ventas se verán beneficiados directamente, tendrán más amplios sus conocimientos en cuando al arte de vender y podrán tener su opinión más coherente.

5.10 Propuesta folleto a presentar.



PLAN DE CAPACITACIONES

Desarrollo personal y profesional.

Dayanna Zacarías. V



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Tabla de contenidos

Actividad de la empresa

Alcance

Responsables

Filosofía empresarial

Misión

Visión

Objetivos del plan de capacitación

Objetivos General

Objetivos Específicos

Estrategias

Modalidades y niveles de la capacitación

Modalidades

Niveles

Temario

Ficha Técnica de capacitación I

Unidad I

Enfocarse en las metas a alcanzar

Actitud mental positiva

Cómo desarrollar una mentalidad ganadora

Autoconocimiento (FODA).

Psicología de vendedor

Ficha Técnica de capacitación II

Unidad II

Orientación al servicio

¿Qué es un vendedor?

Como desarrollar un buen vendedor

Prospección y modelo AIDA



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Manejo de Objeciones (La ley de los 6)

Cierre de ventas

Ficha Técnica de capacitación III

Unidad III

¿Qué vendemos? Conoce lo que vendes

Cómo hablar en público

Comunicación y comunicación asertiva

¿Qué se comunica y a quién?

Como vender en público

Productividad para vendedores

Ficha técnica de capacitación IV

Unidad IV

Conoce a tu cliente

Mirar, escuchar y preguntar al cliente

Aprovecha las ganas de comprar

Comportamiento de tu cliente

La venta a través de sueños (DreamMarketing)

Responsabilidades de la capacitación

Contactos y Ubicación



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Actividad de la empresa

Tire zone es una distribuidora de derechos privados, que se dedica a la comercialización de aros y llantas además de la prestación de servicios relacionados.

Alcances

Este plan de capacitaciones están dirigido a los trabajadores del área comercial de la empresa Tire zone.

Responsables

Para el cumplimiento del plan de capacitaciones intervienen:

Analista de Recursos Humanos

Jefe de área comercial

Vendedores

Filosofía Empresarial

Misión

Lograr un direccionamiento estratégico al cliente externo con la finalidad de que se convierta en la sostenibilidad de la empresa.

Visión

Incrementar notoriamente el nivel de profesionalismo en los trabajadores para la eficiente productividad y competitividad de la empresa.



Objetivos de la capacitación

Objetivo general

Ofrecer una oportunidad de mejoramiento personal y profesional que incentive al área comercial, mediante temarios de importancia en ventas y afines para satisfacer a los clientes internos y externos, considerando su importancia.

Objetivos Específicos

- Brindar información relevante que desarrolle habilidades y destrezas en los colaboradores resguardando en su totalidad la necesidad de conocimientos.
- Desarrollar un equipo de alto rendimiento para el mejoramiento de la productividad de la empresa.
- Generar sentido de pertenencia para la mejora de procesos operativos y administrativos.
- Cubrir y ampliar conocimientos necesarios en el área comercial (ventas).

Estrategias

Para la validez del plan de capacitaciones se aplicará las siguientes estrategias:

- Realizar cursos con temarios importantes.
- Desarrollar taller enfocados a estrategias de venta.
- Presentar comparaciones del rendimiento pasado.
- Metodología de exposición: Diálogo entre las partes.

Modalidades y Niveles de capacitación.

Modalidades.-

Especialización: Se orienta a la profundización y dominio de conocimientos y experiencias o al desarrollo de habilidades, respecto a un área determinada de actividad.



Complementación: Su propósito es reforzar la formación de un colaborador que maneja solo parte de los conocimientos o habilidades demandados por su puesto y requiere alcanzar el nivel que este exige.

Presencial: El usuario o participante debe estar físicamente donde se dicten las charlas.

Niveles.-

Nivel Intermedio: Se orienta al personal que requiere profundizar conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto de ella. Su objeto es ampliar conocimientos y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Temario
Ficha Técnica de capacitación I

FICHA DE CAPACITACIÓN UNIDAD I					
Datos Generales.-					
Fechas:	Localización			Modalidad	H. Inicio /H. fin
Del 20/Abril Al 04/Mayo	Lugar:	Sector:	Parroquia	Presencial	De 08H00 am A 12H00 pm
	Empresa Tire zone (Sala de reuniones)	La Kennedy	La Kennedy		
Tema: Unidad I Mente de Ganador					
Objetivos	Contenido:		Herramientas	Capacitador Perfil	
Generar en los empleados una visión más abierta acerca de lo que ellos desean crear, además de convencerse a sí mismos acerca de lo que están ofreciendo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfocarse en las metas a alcanzar. 2. Actitud Mental Positiva 3. Como desarrollar una mentalidad positiva 4. Cómo desarrollar una mentalidad ganadora. 5. Autoconocimiento (FODA). 6. Psicología de vendedor. 		<ul style="list-style-type: none"> -Material didáctico. -Marcadores de pizarra. -Pizarra 	Facilitador externo Dinámico	
Recursos					
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos: Expositor o facilitador - Recurso Materiales: Pizarra, Marcadores, hojas bond y esferos, proyector, memory. 					
Público Objeto					
Capacitación dirigida al personal del área de ventas.					
Metodología					
<ul style="list-style-type: none"> - Exposición - Material visual - Charla interactiva 					

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Esta unidad pretende generar en los empleados o en la personas que adquieran esta capacitación una visión más abierta acerca de lo que ellos desean crear, además de convencerse a sí mismos acerca de lo que están ofreciendo, también su mentalidad estará enfocada en vender más, ser más emprendedores y estratégicos a la hora de poner en práctica lo aprendido con los clientes, la unidad cuenta con 5 ítems relacionados a Mente de ganador. La persona con mentalidad ganadora considera que la victoria es una consecuencia, no un objetivo.

“Tus clientes no compran tu producto o tu servicio. Compran la emoción que les haces sentir y el significado que tiene para ellos tener algo de tu marca” Kai Fabella.

Enfocarse en las metas a alcanzar

Si bien es cierto toda empresa necesita de un objetivo general que sustente sus actividades comerciales. Estas metas medibles según la metodología SMART traducido del inglés como (Inteligente), refiere a S (Específico), M (Medible), A (Alcanzable), R (Relevante), T (Temporal).



El departamento comercial de la empresa con mayor razón y sobre todo en el área de ventas debe tener sus objetivos definidos con esta metodología.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

OBJETIVOS SMART

Se usa como recurso nemotécnico para recordar las principales características que debe tener un objetivo.

S: Específico
M: Medible
A: Alcanzable
R: Relevante
T: Temporal

Enfocarse en las metas a alcanzar, se va a centrar en lo propuesto desde un inicio y desarrollar cada objetivo enfocándose únicamente en los mismos.

Evitar las multitareas (**Multitasking**) favorece el planteamiento y concentración hacia donde se quiere llegar, dedicar tiempo y cambiar ciertos hábitos también.

Normalmente la metas de cualquier identidad es sacar su producto o servicio al mercado, y mantener a la empresa dentro del mismo, es por eso que deben enfocarse en lo que quiere la empresa.

Actitud Mental Positiva

El poder de la mente es importante en este segmento, atraer cliente también es parte de una mentalidad positiva.

Tener actitud positiva no es lo mismo que ser optimista. Ser optimista se proyecta en esperar un buen porvenir, pero tener actitud positiva se involucra en las acciones que se realizan.



Una capacitación interviniente para los trabajadores planea que cada uno haga lo que desea hacer teniendo presente los objetivos del área de ventas, trabajar en equipo favorecerá a cada individuo.

El psicólogo Arturo Torres en su blog “Psicología y mente” enumera 6 consejos para mantener una mentalidad positiva. Siendo:

1. No confundas pesimismo con realismo
2. Orienta tu pensamiento en objetivos concretos
3. Rodéate de personas con actitud positiva



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

4. Lánzate a proyecto de largo plazo
5. Ayuda a otros sin esperar nada a cambio
6. Distánciate de las opiniones negativas

(Torres, 2018)

Como desarrollar una mentalidad ganadora

Para desarrollar una mentalidad ganadora, depende de cómo cada uno tenga perspectiva de las cosas o los eventos cotidianos. En relación a ventas la mentalidad ganadora establece que no se debe buscar el éxito sino creerse el éxito.

La persona con mentalidad ganadora se considera producto del éxito y productora de éxitos.

El asesor y escritor de estrategia de negocios Carlos Nova Condarco, explica en un artículo “*Emprendices*” acerca de cómo funciona una mentalidad ganadora.

- En el primer punto establece que, La persona con mentalidad ganadora considera que la victoria es una CONSECUENCIA, no un objetivo.
- El segundo punto invierte recursos y esfuerzos en sí mismo antes que en la búsqueda específica de la victoria.
- Para la persona con mentalidad ganadora no existe la derrota, sólo la oportunidad para superarse.
- La mentalidad ganadora no interpreta la vida con puntos de partida y de llegada.
- Es conservadora. No asume riesgos en función de recompensas inmediatas.
- Reconoce la virtud del trabajo y rechaza la participación del azar. (Nava, 2017)

Para desarrollar una mente ganadora es necesario tener en cuenta que las derrotas no existen simplemente son nuevas oportunidades a superarse a sí mismas considerando las fallas que hayan tenido.



Autoconocimiento (FODA).

La matriz FODA, permite analizar cuidadosamente al individuo, incluso se la puede hacerse así mismo con la mayor sinceridad. FODA representa las siglas de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Dentro de la empresa Tirezone, permitirá que se conozcan los puntos estratégicos de la misma y la manera correcta de analizarla es mediante FODA. Es el Jefe del área de ventas quien debe planificar esta matriz, y los que conforman el área deberá confirmar la misma.



Psicología de vendedor.

“Los procesos mentales de la percepción, la persuasión y la motivación, la creación y dirigido despertar de las emociones, la aplicación personalizada de verbal y no verbal de comunicación en el argumento de venta”

La psicología del vendedor es básicamente en la motivación y crear la ilusión de demanda, este aspecto provoca que el cliente sienta que la oferta que se está dando sea una oportunidad única, y no se la quiera perder.



Ficha técnica de capacitación II

FICHA DE CAPACITACIÓN UNIDAD II					
Datos Generales.-					
Fechas:	Localización			Modalidad	H. Inicio /H. fin
Del 05/Mayo Al 18/Mayo	Lugar:	Sector:	Parroquia	Presencial	De 09H00 am A 12H00 pm
	Empresa Tire zone (Sala de reuniones)	La Kennedy	La Kennedy		
Tema: Unidad II Orientada al servicio					
Objetivos.	Contenido:	Herramientas	Capacitador Perfil		
-Conocer que es un vendedor. -Conocer cómo se puede desarrollar un vendedor	1. Orientación al servicio 2. ¿Qué es un vendedor? 3. ¿Cómo desarrollar un buen vendedor? 4. Prospección / Modelo AIDA 5. Manejo de objeciones (la ley de los 6) 6. Cierre de ventas.	-Material didáctico. -Marcadores de pizarra. -Pizarra -Guías didácticas	Facilitador externo Dinámico		
Recursos					
- Recursos Humanos: Expositor o facilitador - Recurso Materiales: Pizarra, Marcadores, hojas bond y esferos.					
Público Objeto					
Capacitación dirigida al personal de ventas					
Metodología					
- Exposición - Material visual - Charla interactiva					



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

“Los buenos vendedores son los que cuentan historias”. Seth Godin.

El gurú de marketing Seth Godin, planteó la frase para que aquellos vendedores sepan involucrar sus productos o servicios con casos de la vida cotidiana y de esa forma logara vender lo que ofrezcan. Mediante el análisis de la frase lo que propone la propuesta es entusiasmar a las personas para el futuro estudio de los temas de la siguiente unidad, de tal manera que cada contenido sea de aporte significativo a los conocimientos necesarios.

Orientación al servicio

Comprender el significado de la palabra ventas y la aplicabilidad en la vida cotidiana y más aún en el crecimiento empresarial, también entender su importancia dentro de las organizaciones que buscan mantenerse dentro del mercado.

El arte de vender se proyecta en la productividad de toda organización.

¿Qué es un vendedor?

Un vendedor es aquella persona que realiza la acción de comercializar o distribuir un bien o servicio a cambio de un dinero estipulado. Un vendedor también debe persuadir a los futuros clientes.

Tipos de vendedores

TIPOS DE VENDEDORES	
Vendedor dependiente o contratado	Estos vendedores reciben un sueldo fijo, y en ocasiones llegan a recibir una comisión por cada venta realizada.
Vendedores independientes	Son los vendedores que trabajan por cuenta propia, quienes se pautan metas a corto o largo
Vendedores online	Son los vendedores que venden sus productos o servicios por la Internet o por vía telefónica.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Tipos de vendedores de acuerdo al tipo de cliente que ofrecen sus servicios		
Vendedores de fabricantes	de	Son las personas que venden los servicios o productos de fabricante y de productores de manera directa.
Vendedores mayoristas	de	Son los vendedores que comercializan una gran variedad de productos de diferentes manufactureros.
Vendedores minoristas	de	Son los vendedores que comercializan los productos y/o servicios tras un mostrador al menudeo.
Tipos de vendedores de acuerdo al tipo de actividad que ejecutan		
Vendedores de mostrador o internos	de	Son los vendedores que hacen entrega del producto en el lugar – <i>casa, trabajo, oficina, etc.</i> Donde se encuentre el cliente.
Vendedores de campo o externos		Son los vendedores que siempre se logran visualizar detrás de un mostrador.
Vendedores de promoción de ventas	de	Son los vendedores que para conseguir una futura venta de sus productos o servicios tienen que visitar a sus clientes en el campo.
Vendedores creativos		Son los vendedores que buscan y casan clientes nuevos y a la vez buscan nuevas ventas con sus clientes viejos
Vendedores misioneros		Estos vendedores trabajan por medio de distribuidores, de mayoristas y de intermediarios.
Vendedores comercializadores		También conocidos como promotores
Vendedores de puerta en puerta		Son los vendedores que visitan a sus clientes o potenciales clientes a sus casas con el objetivo de vender sus productos.

¿Cómo desarrollar un buen vendedor?

Las personas que desarrollan aquel arte de vender, deben conocer cada detalle que influye en esta acción, de esta manera brindarán credibilidad y confianza a los potenciales clientes a quienes se les entregará lo ofertado a cambio de dinero.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

En el blog (Codeglia, 2018) “Como ser un buen vendedor” se presentan algunos consejos que facilitarán a la capacitación. Entre estos están:

- Selecciona tu área de actuación.
- Conoce tu producto.
- Demuestra empatía.
- Hazte presente en los lugares adecuados.
- Invierte en anuncios patrocinados.
- Aprende a negociar.
- Demuestra confianza.

Prospección / Modelo AIDA

El modelo AIDA es un método muy conocido dentro de marketing y ventas. Fue creado por Elías St. Elmo Lewis en 1898, hoy en día también es utilizado por las organizaciones que se dedican al mercado comercial.

Este modelo indica que, para atraer un cliente hacia la compra de un producto, primero tenemos que captar su **atención**, luego despertar el **interés**, suscitar el **deseo** y, finalmente promover la **acción**.

Prospección de la misma manera es esencial en ventas, es una actividad primordial que se debe desarrollar para mantener la cartera de clientes.

Analizar las posibles maneras de lograr concretar la venta mediante los datos que se dispone de la persona.

Modelo AIDA

El concepto AIDA es un acrónimo formado por los términos

A (Atención)

I (Interés)

D (Deseo)

A (Acción)



Las claves para prospectar con éxitos

Enfoque

Agregar valor a cada contacto

Ofertar previas bien elaboradas

Dejar fuera los trucos

Múltiples intentos

Varios intentos



Manejo de objeciones (la ley de los 6)

Las objeciones que son indispensable para formar a los vendedores exitosos.

El manejo de las objeciones como primer enfoque necesita confirmar lo que el cliente manifieste.

Se debe tener en cuenta “la ley de las 6” y ésta menciona que naturalmente “no existe más de 6 objeciones que un cliente nos pueda manifestar”.

“La 15 objeciones más habituales de tus clientes y como responder a ellas” define entre ellas las siguientes interrogantes:

- El precio es muy elevado.
- No tenemos presupuesto.
- Su producto es bueno pero el servicio que brindan no
- La decisión no depende de mí
- No necesito lo que me ofreces.

Una técnica muy importante para manejar las objeciones de los clientes, es saber escuchar. De tal manera que el consumidor pueda expresar lo que le molesta del producto.

Cierre de ventas

Se finaliza toda compra con este ítem, cierre de ventas.

Conocer los tres pasos antes de finalizar, es trascendental, Indagar, identificar la necesidad del cliente, despertar las necesidades del cliente.

El momento clave para cerrar la venta.

Se debe intentar unas siete veces con el cliente, utilizando unas cuatro o cinco técnicas de cierre cada vez. Si luego de eso, no hay venta. Vamos por el siguiente cliente. La mayoría de vendedores solamente lo intenta una vez y luego deja ir al cliente.

El objetivo del plan de capacitaciones es que los trabajadores estén tan motivados que no se rindan al primer cierre de cierre de ventas y además ser persistentes con los clientes pero sin ser una molestia. (Morón, 2015)



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

FICHA DE CAPACITACIÓN UNIDAD III					
Datos Generales.-					
Fechas:	Localización			Modalidad	H. Inicio /H. fin
Del 19/Mayo Al 01/Junio	Lugar:	Sector:	Parroquia	Presencial	De 08H00 am A 12H00 pm
	Empresa Tire zone (Sala de reuniones)	La Kennedy	La Kennedy		
Tema: Unidad III Introducción a las ventas					
Objetivos.	Contenido:	Herramientas	Capacitador Perfil		
Retroalimentar los conceptos básicos, y sumar nuevas habilidades en los vendedores.	1. ¿Qué vendemos? Conoce lo que vendes 2. Cómo hablar en público 3. Comunicación y comunicación asertiva 4. ¿Qué se comunica y a quién? 5. Cómo vender en público 6. Productividad para las ventas	Material didáctico. -Marcadores de pizarra. -Pizarra -Folleto de aprendizaje	Facilitador externo Dinámico		
Recursos					
- Recursos Humanos: Expositor o facilitador - Recurso Materiales: Pizarra, Marcadores, hojas bond y esferos.					
Público Objeto					
Capacitación dirigida al personal del área de ventas.					
Metodología					
- Exposición - Material visual - Charla interactiva					



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

"Conviértete en la persona que atraiga los resultados que buscas" - Jim Cathcart.

¿Qué vendemos? Conoce lo que vendes

El vendedor como tal además de conocer las estrategias de venta debe saber también las características a detalle de su producto, y asimismo las ventajas y desventajas de tal forma que pueda exhibir el mismo al cliente y se cree en él la necesidad de compra.

La empresa Tirezone se dedica a la distribución de aros y llantas, y quienes conforman el área comercial deben tener muy claro todos los detalles de su producto.

Cómo hablar en público

La comunicación verbal es fundamental cuando se quiera lograr las ventas, e inclusive el lenguaje corporal es importante.

- **Expresar con sencillez.-** Los consumidores deberán entender una o dos ideas de lo que se vaya a expresar. Y para ello se debe tener en claro lo que se va a decir.
- **Organizar.-** En el caso de ventas, organizar es una tarea simple pero valiosa, ya que es lo que se dará a entender al consumidor.
- **Ser breve.-** Manifestar la venta de manera concisa, expresar con claridad lo que se quiere emitir. Evitar los discursos largos.
- **Ser sincero.-** Por cualquier tipo de venta que se plantee, la sinceridad en lo que se ofrece debe permanecer, no se debe crear falsas expectativas.
- **Adueñarse de la situación.-** Para tratar con el público, lo importante es mantener una actitud motivada y de interés para que lo mismo sea transmitido al consumidor.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Comunicación y comunicación asertiva

Los trabajadores deben manejar de manera correcta el arte de la palabra para que haya facilidad cuando se materialice las ventas. Es de mucha utilidad las siguientes herramientas:

Programación neurolingüística (PNL) es una disciplina que favorece la conciencia del lenguaje y su uso adecuado, es una técnica eficaz para manejar las relaciones personales. Dentro del desarrollo personal ayuda a romper nuestras limitaciones y lograr profundos y duraderos cambios en nosotros.

PNL es un modelo dinámico que trata de explicar cómo funciona el cerebro humano y cómo procesamos la información que nos llega del mundo que nos rodea. Con la programación neurolingüística se descubre cómo se comunica el ser humano consigo mismo y con su entorno. (Taveira, 2019). Lo define Inés Taveira en su blog “Saludterapia”.

La oratoria son técnicas especializadas que permiten a una persona expresarse eficazmente ante un individuo o grupo determinado.

En ventas, la oratoria también es una herramienta muy apropiada. En el blog “Fuerza comercial, Consultoría” mencionan algunas técnicas para manejar el tema de oratoria en ventas. Entre ellos se mencionan los siguientes:

- **La fortuna sonríe a los audaces:** Antes de empezar la oratoria y siendo parte de ella, es indispensable organizar todo lo que se planea presentar. Debe ser muy escaso el sentido de la improvisación.
- **El silencio:** Es indispensable unos segundos de silencio mientras se aplique la comunicación, y entonces se debe hacer contacto visual.
- **Estructura diferente:** Para mejorar las ventas es necesario que el discurso tenga una estructura coherente, a prueba de refutaciones y réplicas. Hay 3 tipos de estructura:
 - LOGOS: basado en la razón.
 - ETHOS: basado en la credibilidad del orador y en la confianza que genera.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

- PATHOS: basado en las emociones de la audiencia.
- **Dominar los gestos:** Este tipo de comunicación no verbal acompaña a la fluidez del habla en el momento de ofrecer el producto que se va a vender.
- **Controlar la modulación de la voz:** De la misma manera a da énfasis cuando se necesite en las ideas que expresemos. (Fuerza Comercial Consultoría, 2016)

La inteligencia emocional.

Manejar la IE permitirá en el individuo percibir las emociones del cliente, comprenderlas y utilizarlas para proceder a la compra – venta.

En do proceso de negociación se debe manejar las emociones del consumidor



Comunicación asertiva

Esta última herramienta beneficia a los vendedores ya que se puede entablar un diálogo abierto y concreto entre las ideas y necesidades de ambas partes. En ventas, esta herramienta es importante porque se hace contacto visual con el consumidor, se muestra interés a lo que el cliente pueda sugerir.

La postura corporal también es sustancial, ciertos movimientos de las manos harán que el cliente se interese más.

Se debe tener en cuenta cuanto tiempo hablamos y cuanto dejamos hablar. Es preciso analizar el tiempo que se toma para escuchar al cliente.



Productividad en las ventas

En una revista digital denominada Ventas 2.0 (Velazques, 2019). Menciona: “No hay mejor sensación que aprovechar al máximo el día, especialmente para los vendedores, es por ello que incrementar la productividad en ventas es importante para lograr una satisfacción profesional y por supuesto, personal”. Y además menciona 4 consejos indispensables para las ventas:

- Define la prioridad de tus tareas
- Utiliza la tecnología adecuada.
- Ten acceso a todo tu trabajo en cualquier momento y lugar.
- Siempre termina con acciones a seguir.



Ficha Técnica de capacitación IV

FICHA DE CAPACITACIÓN UNIDAD IV					
Datos Generales.-					
Fechas:	Localización			Modalidad	H. Inicio /H. fin
Del 02/Junio Al 15/Junio	Lugar:	Sector:	Parroquia	Presencial	De 08H00 am A 12H00 pm
	Empresa Tire zone (Sala de reuniones)	La Kennedy	La Kennedy		
Tema:					
Unidad IV Psicología del cliente					
Objetivos.	Contenido:		Herramientas	Capacitador Perfil	
Estudiar el segmento del mercado quien se va a frecuentar.	1. Conoce a tu cliente 2. Mirar, escuchar y preguntar al cliente 3. Aprovecha las ganas de comprar. 4. Comportamiento de tu cliente 5. La venta a través de sueños (DreamKeting)		Material didáctico. -Marcadores de pizarra. -Pizarra -Folleto de aprendizaje	Facilitador externo Dinámico	
Recursos					
- Recursos Humanos: Expositor o facilitador - Recurso Materiales: Pizarra, Marcadores, hojas bond y esferos.					
Público Objeto					
Capacitación dirigida al personal del área de ventas.					
Metodología					
<ul style="list-style-type: none"> - Exposición - Material visual - Charla Participativa 					



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

“No busques clientes para tus productos, busca productos para tus clientes” Seth Godin

Conoce a tu cliente

En el caso de la distribuidora Tire zone, el segmento de mercado es muy visible, puesto que la misma se dedica a la comercialización y distribución de aros y llantas.

Es así que, los potenciales clientes son locales que se dediquen al mismo giro de negocio. Además la empresa brinda servicios de reparación, y de la misma forma sus potenciales clientes son quienes posean vehículos.

Sin embargo existen varios tipos de clientes,

Tipo de cliente	Características	Como tratarlo
Cliente enojado	No se debe evidenciar su enojo.	Evitar actitudes a la defensiva.
Conservador	Utilizan mucho el tiempo del vendedor	Mostrar interés y tener paciencia.
Infeliz	Comúnmente utilizan la frase “Estoy seguro que no tienen lo que busco	Mostrase amable y comprensivo Buscar soluciones.

Un cliente satisfecho con el producto pero no con el servicio, deja de ser un cliente.

Mirar, escuchar, y preguntar al cliente

Mirar: Captar la atención del cliente e interpretar las miras es sustancial. Leer los ojos en el cliente ayudará a seguir el proceso de compra. Según (Peñaloza, 2013):

Ojos hacia arriba	Denotan sarcasmo, aburrimientos
Ojos hacia arriba y la derecha	Recordar una imagen o sonido pasado
Ojos hacia arriba y la izquierda	Imaginar o crear una imagen o sonido.
Ojos abajo y a la izquierda	Pensar en algo que se haga sentir emociones



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Ojos hacia abajo y la derecha	Significa que tiene un diálogo consigo mismo.
Ojos hacia abajo	La persona es tímida y sumisa.

Escuchar: El cliente se debe sentir importante y escuchado. Por el motivo de que al escuchar a los demás, se obtendrá información relevante para generar la compra. Después de la primera escucha se puede crear estrategias que faciliten el cierre de venta.

Escuchar, permite tener una clara ventaja competitiva.

Preguntar: La tarea de preguntar permitirá saber si el cliente está captado lo que se quiere transmitir. Una pregunta debe ser planteada de manera clara, adecuando el tono de voz, y utilizar las palabras adecuadas.

Aprovecha las ganas de comprar.

Este tema se enfoca directamente en el consumidor y su necesidad de compra. Sin embargo antes, los trabajadores deberán tener los objetivos claros y los alcances de compra que pueda tener el cliente con números concretos y estables, que sean un objetivo limitado.

Los vendedores de la empresa comprenderán que se debe aprovechar las ganas de comprar sin que hayan malos entendidos de ambición.

Comportamiento de tu cliente

Según, (Chong, 2018) manifiesta algunas técnicas que se pueden utilizar para mejorar las ventas de la organización, la finalidad de este tema es crear vendedores exitosos que conozca el comportamiento universal de las personas y saber cómo tratar con las mismas. Las personas por lo general son curiosas, es decir de carácter visual y se debe aprovechar eso para generar las ventas.



La venta a través de sueños (Dream Marketing)

Dreamketing es una mezcla de Dream y Marketing, su metodología se basa en la psicología de las personas y se conecta a los sueños de las mismas. Según (autónomos, 2008) manifiesta que: “Y es que según los expertos, el 95% de las razones por las que una persona compra "están afectadas por el subconsciente". El propósito del dreamketing es posicionar el negocio en el mercado de tal forma que los clientes potenciales "sueñen" con un producto o servicio y lo deseen”

El plan de capacitación está basado en el siguiente plan de actualización de conocimientos: <https://www.findes.org/cursos/desarrollo-humano-y-organizacional/curso-de-formacion-en-ventas/>



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Responsabilidad de la capacitación

Una capacitación, curso, seminario, taller es responsabilidad del departamento de talento humano

La capacitación en ventas permitirá que el área comercial de la empresa Tire zone se desempeñe más en sus actividades con el fin de generar mayor productividad y mantener a la entidad dentro del mercado competitivo, con personal altamente calificado y dotado de habilidades técnicas.

Responsables de la capacitación

Capacitadores staff

Facilitadores externos

Políticas del desarrollo de la capacitación

- El usuario deberá respetar los horarios establecidos.
- Asistir periódicamente a las capacitaciones.
- Evaluar cada taller cuando este finalice.
- Ser evaluado a largo plazo para verificar el cumplimiento de temarios enseñados.

Método de calificación de evaluación

7 a 10 Aprueba la capacitación.

6 a 4 retroalimentación breve e inmediata.

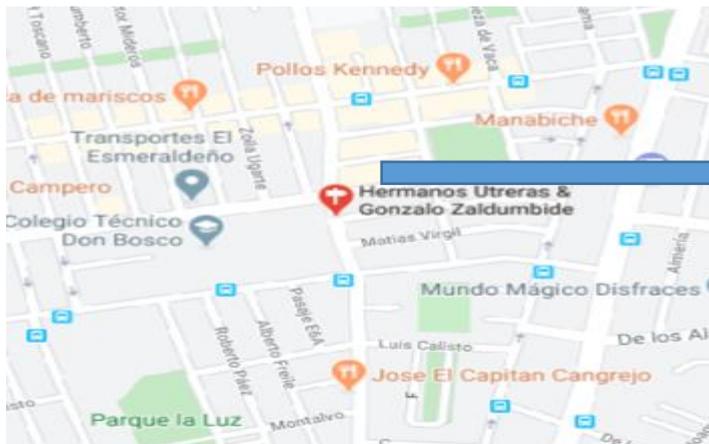
3 a 0 Descalificado del área de venta.



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Ubicación y contactos de la Empresa

Mapa



Tire zone está ubicada en la hermanos Utreras E6-19 y Gonzalo Zaldumbide. Sector la Kennedy

Teléfonos: 0992913446

Correo electrónico: tire_zone@hotmail.com



Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Evaluación de fin de la capacitación

Nombre del curso:
Fechas de la capacitación:
Nombre del participante:
Nombre de la empresa:
Nombre del capacitador/a:

Califique con sinceridad los temas y el expositor, según los valores asignados:

5	4	3	2	1
Totalmente satisfactorio	Satisfactorio	Indiferente	Insatisfactorio	Totalmente insatisfactorio

Referente a la capacitación	1	2	3	4	5
Los temas que se abordaron servirán en mi área laboral					
Los temas impartidos fueron de mi interés					
Pude evidenciar el desarrollo personal					
La capacitación se dio a nivel profesional					
Los temas fueron dados en orden lógico					
La duración de la capacitación cumplió todos los temas					
Despejó algunas dudas que tenía					
Al expositor	1	2	3	4	5
El expositor demostró tener conocimiento					
El expositor respetó los temas y el orden lógico					
Practica valores como el respeto y la responsabilidad					
El expositor utilizó las herramientas audiovisuales					
El expositor es dinámico y sabe llegar a las personas					
El expositor respondió a las dudas de los compañeros					
Material de apoyo	1	2	3	4	5
Me sirvió el folleto que me otorgaron					
El folleto va acorde a los temas expuestos					
Me facilitaron material donde anotar ideas importantes					
Las diapositivas eran sencillas pero entendibles					

CAPÍTULO 2 BIBLIOGRAFÍA

- autónomos, P. y. (31 de Marzo de 2008). *Pymes y Autónomos*. Obtenido de Dreamketing: Vendiendo sueños: <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial>
- Candes, J. P. (s.f.). *Empresas Guía*. Obtenido de Guía de empresas: <http://www.empresasguia.es>
- Chong, T. (29 de Octubre de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de Los 5 compartimientos de los clientes que puedes manipular: <https://www.entrepreneur.com/article/322133>
- Fuerza Comercial Consultoría*. (13 de Julio de 2016). Obtenido de Fuerza Comercial Consultoría: <http://www.fuerzacomercial.es/>
- Morón, F. (15 de Febrero de 2015). *Emprendices*. Obtenido de Maestría en cierre de ventas: <https://www.emprendices.co/maestria-en-cierre-de-ventas/>
- Nava, C. (28 de 12 de 2017). *¿Cómo funciona una mentalidad ganadora?* Obtenido de Emprendices: <https://www.emprendices.co/funciona-una-mentalidad-ganadora/>
- Peñaloza, A. (08 de Julio de 2013). *Word Express*. Obtenido de ¿Por que es importante el contacto visual en el proceso de ventas?: <https://blogdealejandropenaloz.wordpress.com/>
- Taveira, I. (16 de Julio de 2019). *SaludTerapia*. Obtenido de Programación NeuroLinguística: <https://www.saludterapia.com/>
- Torres, P. A. (sf de sf de 2018). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/>



Capítulo VI

Aspectos administrativos

Se refieren a los recursos que se necesitan para la realización del trabajo de investigación. Es por ello que desde el proyecto de investigación se explicitan dichos recursos (materiales y humanos).

6.1 Recursos Humanos

- 16 Trabajadores Incluyendo atención al cliente.
- 1 Jefe de Área de ventas
- 1 Asistente de Talento Humano

6.1.1 Instituto Cordillera

Tutor: Direccionamiento del desarrollo del proyecto.

Tesista: Desarrollo y ejecución de la propuesta.

6.2 Recursos Audiovisuales

- Un proyector
- Una laptop
- Memory de 8 GB

6.3 Recursos materiales

Son todos los recursos tangibles o intangibles que han sido útiles para el diseño y socialización del proyecto.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

6.3.1 Material de apoyo

Folletos informativos para cada participante

6.3.2 Infraestructura

Sala de reuniones

Sillas

Mesas

Pizarra

6.4 Presupuestos. -

Cantidad	Descripción	V. unitario	V. total	Observación
1	Memory flash 8 Gb	7.00	7.00	Información de apoyo
1	Proyector	110.00	110.00	Provisto por la empresa
1	Laptop	420.00	780.00	Provisto por la empresa
1	Pizarra borrable	22.00	22.00	Provisto por la empresa
3	Marcadores de pizarra	1.10	3.30	Material de apoyo
1	Borrador de pizarra	1.25	1.25	Material de apoyo
1	Sala de capacitaciones	180.00	180.00	Provisto por la empresa
18	Sillas	2.30	41.40	Provisto por la empresa
16	Mesas	2.50	40	Provisto por la empresa
16	Impresiones de folletos	5.30	84.80	Material informativo
17	Carpetas	0.40	6.80	Material de apoyo
1	Resma de papel bond	3.00	3.00	Material de apoyo
17	Copias de evaluación	0.05	0.85	Evaluaciones
Total			1280,40	

Tabla 6: Presupuesto

Fuente: Investigación propia empresa Tirezzone 2020

Elaborado por: Dayanna Zacarías

6.6. Cronograma. -

Actividades	Nov		Diciembre				Enero				Febrero				Marzo	
	N° de semana		N° de semana				N° de semana				N° de semana				N de semanas	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Selección del tema																
Capítulo I Antecedentes																
Capítulo II Involucrados																
Capítulo III árbol de Problemas																
Capítulo IV Alternativas																
Capítulo V La Propuesta																
Capítulo VI Aspectos administrativos																
Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones																

Tabla 7: Cronograma

Fuente: Investigación propia empresa Tirezzone 2020

Elaborado por: Dayanna Zacarías

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones. -

- Para finalizar se dedujo que el desarrollo personal es importante en cada individuo, ayudándolo así mismo a superar sus expectativas de vida profesional y personal, incluso el mejoramiento personal evita que se mantenga en una zona de confort que no es favorable.
- Una vez analizado todo el proyecto, se visualizó que el desarrollo profesional en los trabajadores aporta mucho a la vida laboral, el crecimiento profesional además aporta a la economía del país y se forjan más profesionistas y personas con una visión a largo plazo de proyecto de vida fácilmente ejecutable.
- Una capacitación promueve el aprendizaje externo, es decir la suma de conocimientos actuales. Actualizar la metodología de ventas resultó óptimo para el mejoramiento de estrategias de las mismas ya que la capacitación ayuda al desarrollo profesional y desarrolla habilidades y destrezas propias de la persona.

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

7.2 Recomendaciones

- El plan de capacitaciones se elaboró con el fin de mejorar la productividad de la empresa y está direccionado para que lo realice un capacitador ágil y dinámico, captar la atención de las personas es una tarea difícil, es por eso que se recomienda buscar al facilitador idóneo para impartir este tipo de temas.
- Manejar los temarios con actitud positiva y participativa de manera que los trabajadores comprendan lo que se quiere decir, de tal forma que a largo plazo puedan aplicar estrategias aprendidas de la capacitación.
- Se recomienda al departamento de talento humanos de la empresa TireZone a realizar este tipo de capacitaciones al menos 4 veces al año, se debe tener en cuenta que una empresa con personal capacitado va generar mejores ingresos a comparación de otros que no capaciten a su personal.

Bibliografía

- Alvarracín, F. (26 de Octubre de 2016). *SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACION PROFESIONAL -SECAP*. Obtenido de Reglamento de capacitación profesional y certificación de personas: <http://www.competencias.gob.ec/>
- Artica. (2018). *Metodología Articaí*. Obtenido de Artica Ingeniería e Innovación: <https://www.articai.es/metodologia/>
- Association, A. M. (s.f.). *Sección de Dictionary off Marketing terms*. Obtenido de American Marketing Association: www.marketingpower.com
- autónomos, P. y. (31 de Marzo de 2008). *Pymes y Autónomos*. Obtenido de Dreamketing: Vendiendo sueños: <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial>
- Betancourt. (17 de Febrero de 2017). *Análisis de involucrados en el marco lógico + ejemplo detallado*. Obtenido de Ingenioempresa: <https://ingenioempresa.com/analisis-involucrados-marco-logico/>
- Bulmer, V., & Kincaid, D. (Noviembre de 2001). *Centroamérica 2020: Hacia un nuevo modelo de Desarrollo Regional*. Obtenido de Centroamérica 2020: Hacia un nuevo modelo de Desarrollo Regional: <https://core.ac.uk › download › pdf>
- Candes, J. P. (s.f.). *Empresas Guía*. Obtenido de Guía de empresas: <http://www.empresasguia.es>
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión de Talento Humano*. En I. Chiavenato, *El nuevo papel de los Recursos Humanos en las organizaciones*. (pág. 189). Colombia: Mac Graw - Hill Interamericana S.A Primera edición.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (pág. 421). España: Mcgraw- Hill Interamericana de España.
- Chong, T. (29 de Octubre de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de Los 5 compartimientos de los clientes que puedes manipular: <https://www.entrepreneur.com/article/322133>
- Codeglia, A. (19 de Abril de 2018). *¿Cómo ser un buen vendedor? 17 consejos!* Obtenido de ¿Cómo ser un buen vendedor?: <https://blog.hotmart.com/es/como-ser-un-buen-vendedor/>
- Cota Luévano, J. A., & Rivera Martínez, J. L. (2016). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados*. Obtenido de La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados: <http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm#ficha>
- Edenred. (2020). *El Plan de Capacitación Profesional : Guía de Elaboración*. Obtenido de El Plan de Capacitación Profesional : Guía de Elaboración: <https://blog.edenred.es/el-plan-de-capacitacion-profesional-guia-de-elaboracion>
- Galván, B. (10 de Abril de 2011). *Capacitaciones*. Obtenido de Cpacitaciiones: <http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

- Gioya , P., & Rivera, J. (2008). Menos líderes, más liderazgo. En P. G. Rivera, *Menos líderes, más liderazgo* (pág. 184). Madrid: LID Editorial.
- Guerrero, L. B. (31 y 1 de Mayo Y Junio de 2018). *Cetificados de origen*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: <http://capacitacion.produccion.gob.ec/academia/course>
- IESS. (26 de septiembre de 2012). *Código de Trabajo*. Obtenido de Código de Trabajo: https://www.iess.gob.ec/documents/Base_Legal+Codigo+de+Trabajo.pdf
- Ingenioempresa. (12 de Enero de 2017). *Ingenio empresa*. Obtenido de Matriz de alternativas: <https://ingenioempresa.com/analisis-de-alternativas/>
- LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER. (10 de Octubre de 2011). Obtenido de LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER: https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_org7.pdf
- López, J. O. (11 de Marzo de 2013). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de Beneficios de la Capacitación de los Empleados: <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/beneficios-de-la-capacitacion-de-los-empleados>
- Martínez , R., & Fernández, A. (sf). *Árbol de problema y áreas de intervención*. Obtenido de Árbol de problemas: <http://recursos.salonesvirtuales.com/>
- Mendez, I. G. (31 de Mayo de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de Las 15 objeciones más habituales de tus clientes: <https://www.emprendedores.es/gestion/a77663/responder-quejas-habituales-atencion-al-cliente>
- PNDC. (Abril de 2018). *Plan Nacional De Capacitación*. Obtenido de Plan-Nacional-de-Capacitación-2018.pdf: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Plan-Nacional-de-Capacitaci%C3%B3n-2018.pdf>
- Puerto Becerra, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento y Gestión*.
- Reyes, A., & Bravo , D. (2017). *Estudios Sectoriales-. MIPYMES Y grandes empresas*. Obtenido de Super Intendencia de Compañías, valores y Seguros: <http://portal.supercias.gob.ec/>
- SENPLADES . (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. Toda una Vida: <https://www.planificacion.gob.ec/uploads/downloads/2017/10>
- TecniFlow. (2020). *TecniFlow*. Obtenido de TecniFlow: <https://www.tecniflow.com/index.php/nuestros-servicios/capacitacion-in-situ>
- Teichler, U. (Sf). Formación e iniciación al empleo en Japón. *Formación Profesional N° 5*, 67 - 74.
- Velásquez Araque, L. (2018). Las trece claves del desarrollo personal integral. En L. Velásquez, *Las trece claves del desarrollo personal integral* (pág. 80). Sevilla: Editorial Samarcanda.
- Velazques, A. (2019). *Ventas 2.0*. Obtenido de Ventas 2.0: <http://ventas20.com/productividad-en-ventas/>

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS DAYANNA ZACARÍAS.docx (D66082370)
Submitted: 3/21/2020 11:04:00 PM
Submitted By: dayannazacarias.v@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

BUENO Y MARTINEZ URKUND 09082019.docx (D54761206)
1A_Gutarra_Damas_Robinson_Hermes_Maestria_2018.docx.doc (D38884237)

Instances where selected sources appear:

2

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL

DATOS PERSONALES:

1. **NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE**
ZACARÍAS VALENZUELA JENNNIFER DAYANNA
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**
1756050736
3. **FECHA DE NACIMIENTO**
18/03/1998
4. **NACIONALIDAD**
Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**
San José de Cocotog García Moreno y Algarrobos Lote 218
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**
Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**
Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**
Dayannazacarias.v@gmail.com
9. **TELÉFONOS**
Ejemplos: 0962772405
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Julio del 2020

TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:
DISEÑAR UN PLAN DE CAPCITACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA MATRIZ TIREZONE UBICADA EN EL SECTOR DE LA KENNEDY DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2019 - 2020

EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:

ESCRIBA LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**COMPLETE Y AÑADA SU FIRMA DIGITAL A CONTINUACIÓN
TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I+D+i

INCUBADORA EMPRESARIAL

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

Yo, Zacarías Valenzuela Jennifer Dayanna, portador de la cédula de identidad N°1756050736, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera la publicación del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital.



FIRMA DEL ALUMNO

ENTIDAD QUE AUSPICIO EL TRABAJO: EMPRESA TIREZONE

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Sr. Diego Valladares

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA: 0994159837

**Ing. William Patricio Parra López
ADMINISTRADOR DE BIBLIOTECA CENTRAL
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA											
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN											
FRANCO DELGADO GUIDO MARCELO											
ZACARIAS VALENZUELA JENNIFER DAYANNA											
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL											
DISEÑAR UN PLAN DE CAPACITACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE LOS TRABAJADORES DEL AREA COMERCIAL DE LA EMPRESA TIREZONE UBICADA EN EL SECTOR DE LA KENNEDY DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2019 - 2020											
Quito, 17 de julio del 2020 23:16:59											
ACUMULATIVO											
ESTADO FINAL/OBSERVACION: PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO?											
MODALIDAD: INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION											
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASesorIA	HORA INICIO	TEMA TRABAJO	HORA FIN	PERIODO:	HORAS	OBSERVACION	ESTADOS	OCT 2019_MAR 2020	
1	2019-10-18	INSITU	2019-10-18 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-10-18 20:00:00	2019-10-18 08:00:00	2.00	REVISION CONTEXTO MICRO Y MESO	PROCESADO		
2	211008	AUTONOMIA	2019-10-19 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-10-19 18:00:00	2019-10-19 08:00:00	10.00	DESARROLLO DE ANTECEDENTES	PROCESADO		
3	211011	AUTONOMIA	2019-10-14 08:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-10-14 18:00:00	2019-10-14 08:00:00	10.00	SE DESARROLLA CONTEXTO MICRO, MESO Y MACRO	PROCESADO		
4	209046	INSITU	2019-10-25 18:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-10-25 20:00:00	2019-10-25 18:00:00	2.00	CORRECCIONES JUSTIFICACION	PROCESADO		
5	211013	AUTONOMIA	2019-10-26 08:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-10-26 18:00:00	2019-10-26 08:00:00	10.00	SE DESARROLLA LA JUSTIFICACION DEL TEMA	PROCESADO		
6	209047	INSITU	2019-11-08 18:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-08 20:00:00	2019-11-08 18:00:00	2.00	REVISION DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	PROCESADO		
7	211015	AUTONOMIA	2019-11-08 08:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-15 20:00:00	2019-11-08 08:00:00	10.00	SE DESARROLLA DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	PROCESADO		
8	209048	INSITU	2019-11-15 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-15 20:00:00	2019-11-15 18:00:00	2.00	REVISION MAPEO DE INVOLUCRADOS	PROCESADO		
9	211018	AUTONOMIA	2019-11-15 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-15 18:00:00	2019-11-15 08:00:00	10.00	APLICACION DEL MAPEO DE INVOLUCRADOS	PROCESADO		
10	211020	AUTONOMIA	2019-11-11 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-11 18:00:00	2019-11-11 08:00:00	10.00	VISITAS DE LEVANTAMIENTO DE MAPEO DE INVOLUCRADOS	PROCESADO		
11	209049	INSITU	2019-11-22 18:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-22 20:00:00	2019-11-22 18:00:00	2.00	REVISION Y CORRECCION MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	PROCESADO		
12	211022	AUTONOMIA	2019-11-23 08:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-23 18:00:00	2019-11-23 08:00:00	10.00	DESARROLLO DE LA MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	PROCESADO		
13	209050	INSITU	2019-11-29 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-11-29 20:00:00	2019-11-29 18:00:00	2.00	REVISION ARBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO		
14	211025	AUTONOMIA	2019-11-30 08:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-11-30 18:00:00	2019-11-30 08:00:00	10.00	DESARROLLO DEL ARBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO		
15	209051	INSITU	2019-12-06 18:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-06 20:00:00	2019-12-06 18:00:00	2.00	REVISION Y CORRECCION ARBOL DE OBJETIVOS	PROCESADO		
16	211027	AUTONOMIA	2019-12-07 08:01:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-07 18:01:00	2019-12-07 08:01:00	10.00	DESARROLLO DEL ARBOL DE OBJETIVOS	PROCESADO		
17	209052	INSITU	2019-12-13 18:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-12-13 20:00:00	2019-12-13 18:00:00	2.00	REVISION MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	PROCESADO		
18	211029	AUTONOMIA	2019-12-14 08:02:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2019-12-14 18:02:00	2019-12-14 08:02:00	10.00	SE TRABAJA MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	PROCESADO		
19	209053	INSITU	2019-12-20 18:00:00	MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-12-20 20:00:00	2019-12-20 18:00:00	2.00	REVISION Y CORRECCION MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	PROCESADO		
20	211030	AUTONOMIA	2019-12-21 08:03:00	MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2019-12-21 18:03:00	2019-12-21 08:03:00	10.00	MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	PROCESADO		
21	209054	INSITU	2019-12-27 18:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-12-27 19:00:00	2019-12-27 18:00:00	1.00	REVISION DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	PROCESADO		
22	211031	AUTONOMIA	2019-12-28 08:04:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2019-12-28 18:04:00	2019-12-28 08:04:00	10.00	DESARROLLO DEL DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	PROCESADO		
23	209055	INSITU	2020-01-03 18:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-03 20:00:00	2020-01-03 18:00:00	2.00	REVISION MATRIZ DE MARCO LOGICO	PROCESADO		
24	211033	AUTONOMIA	2020-01-03 08:06:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-03 18:06:00	2020-01-03 08:06:00	10.00	DESARROLLO DE LA MATRIZ DE MARCO LOGICO	PROCESADO		
25	211034	AUTONOMIA	2020-01-11 08:08:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-11 18:08:00	2020-01-11 08:08:00	10.00	DESARROLLO DE LOS INDICADORES DE LA MATRIZ DE MARCO LOGICO	PROCESADO		
26	209056	INSITU	2020-01-10 18:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-10 20:00:00	2020-01-10 18:00:00	2.00	REVISION ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	PROCESADO		
27	211037	AUTONOMIA	2020-01-18 08:09:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION)	2020-01-18 18:09:00	2020-01-18 08:09:00	10.00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGIA QUE PROPONE COMO SOLUCION	PROCESADO		

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020

28	209057	2020-01-17	INSITU	2020-01-17 18:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-01-17 20:00:00	2.00	REVISIÓN Y CORRECCIÓN DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	PROCESADO
29	211038	2020-01-25	AUTONOMIA	2020-01-25 08:10:00	PROPUESTA / DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-01-25 18:10:00	10.00	SE TRABAJA LA DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	PROCESADO
30	211043	2020-01-27	AUTONOMIA	2020-01-27 08:16:00	PROPUESTA / DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-01-27 18:16:00	10.00	SE REALIZA LAS CORRECCIONES DE LA METODOLOGÍA	PROCESADO
31	209058	2020-01-17	INSITU	2020-01-17 18:00:00	PROPUESTA / FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	2020-01-17 20:00:00	2.00	REVISIÓN FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	PROCESADO
32	211040	2020-02-01	AUTONOMIA	2020-02-01 08:12:00	PROPUESTA / FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	2020-02-01 18:12:00	10.00	FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	PROCESADO
33	211042	2020-02-08	AUTONOMIA	2020-02-08 08:13:00	PROPUESTA / FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	2020-02-08 18:13:00	10.00	DESARROLLO DE LA PROPUESTA TÉCNICA	PROCESADO
34	214881	2020-03-07	AUTONOMIA	2020-03-07 07:28:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-03-07 12:28:00	5.00	PREPARACIÓN DE LOS RECURSOS QUE SE ASIGNARON AL DESARROLLO DE LA TESIS	PROCESADO
35	214882	2020-03-09	AUTONOMIA	2020-03-09 07:19:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-03-09 12:19:00	5.00	DESARROLLO DEL PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	PROCESADO
36	214883	2020-03-13	INSITU	2020-03-13 18:20:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-03-13 19:20:00	1.00	REVISIÓN DE LOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS, PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA ASIGNADOS A LA TESIS	PROCESADO
37	214884	2020-03-16	AUTONOMIA	2020-03-16 07:21:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2020-03-16 17:21:00	10.00	REALIZACIÓN DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON REVISIONES, CORRECCIONES FINALES DE LA TESIS	PROCESADO
38	214885	2020-03-20	INSITU	2020-03-20 18:23:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-20 19:23:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES DE LA TESIS	PROCESADO
39	214886	2020-03-23	INSITU	2020-03-23 18:24:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-23 19:24:00	1.00	REVISIÓN Y APROBACIÓN FINAL DE LA TESIS PRESENTANDO UN PORCENTAJE DE URKUND DE 1%	PROCESADO
							TOTAL HORAS:	240	
FRANCO DELGADO GUIDO MARCELO					 ZACARIAS VALENZUELA JENNIFER DAYANA ALUMNO CI: 1756050736				
TUTOR					DELEGADO				
CI: 1709329013					CI: 1709099137				
					FECHA:				

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020



Quito DM, 05 de marzo del 2020

Señores:

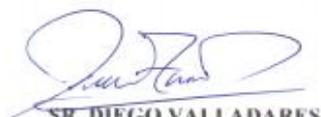
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Presente.-

Mediante el presente documento TIREZONE certifica que la Srta. **JENNIFER DAYANNA ZACARÍAS VALENZUELA** con número de cédula 1756050736 realizó su tesis en esta empresa con el tema de: "DISEÑAR UN PLAN DE CAPACITACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE LOS TRABAJADORES DEL ÁREA COMERCIAL DE LA EMPRESA MATRIZ TIREZONE UBICADA EN EL SECTOR DE LA KENNEDY DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2019 – 2020" Cumpliendo con todos los requerimientos solicitados.

Es todo cuanto puedo certificar con honor a la verdad, autorizo al interesado hacer uso de éste documento como a bien tuviere conveniente.

Atentamente,



SR. DIEGO VALLADARES
GERENTE PROPIETARIO
C.C:171875501-8

Hermanos Ultras E6-19 y Gonzalo Zaldumbide
@diegovalladares@llantasyarostirezone.com
☎ 0992913446 / 0994159837

Diseñar un plan de capacitaciones para el mejoramiento del desarrollo profesional y personal de los trabajadores del área comercial de la empresa matriz TIREZONE ubicada en el sector la Kennedy del Distrito Metropolitano de Quito, Período 2019 – 2020