

## 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Cuando planteé el trabajo pensé en un tema no muy común, pero la realidad es que hay mucho material sobre las ventas y lo que he encontrado es que si uno se lo propone, encuentra de eso y hasta más.

La capacitación en las ventas abarca desde la contratación del vendedor hasta la manera de vender, conocimiento del producto, conocimiento de la empresa, conocimiento del vendedor, así como sus habilidades y capacidades.

Para realizar el presente trabajo me propuse desarrollar un tema que sirviera de inspiración y de interés para toda la gente que entra al campo de las ventas tal vez como una manera de salir adelante, otros que ven el campo de las ventas como una oportunidad mientras encuentran otra actividad, y los más aventurados que ven las ventas como la manera de realización y logro de todas sus metas.

En base a la información con la que se cuenta y la experiencia de algunos años en esta área, se propone este trabajo como algo a seguir no como receta de cocina, pero sí como una base o soporte para encontrar el camino que le lleve a entender mejor a las personas, tanto administradores como vendedores y que se logre el propósito de la organización que todos buscamos, es decir, la rentabilidad y los buenos ingresos para los vendedores que es al final la palanca que mueve al mundo.

La metodología con la que se inició esta investigación es tipo de investigación exploratoria, posteriormente es necesario cambiar a otro tipo de investigación, la investigación descriptiva para tratar de encontrar la fórmula y describir que la capacitación es fundamental en el trabajo diario de todo vendedor, porque se ha visto que todo vendedor que se olvida de leer, tarde o temprano tiene problemas con las ventas, se vuelve obsoleto, lento y no puede desarrollar correctamente su trabajo u orientar.

La técnica a utilizar es por la observación y apoyándose con aplicación de encuestas y entrevistas con personal dedicado tanto como funcionario o administrador de una área de ventas para comprobar las hipótesis planteadas al principio de este trabajo.

Las encuestas se llevarán a cabo en empresas de la localidad, dedicadas a la industria y en instituciones de servicios financieros. Tomaré como base 21 encuestas para el área de Monterrey, deseo dar a conocer que se piensa en el estado de Nuevo León, ya que aquí es donde están asentadas casi todas las oficinas principales y corporativos de las industrias.

El cuestionario desarrollado fué de pregunta cerrada en forma estructurada, siguiendo la línea de investigación, tomando como base dos variables:

La capacitación - éxito

La actitud - éxito para vender

## 2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Me interesa el área de ventas por los retos y problemas que presenta. Una situación frecuente en este departamento, por ejemplo, (en la mayor parte de las empresas) es que existe una alta rotación de vendedores, la posible causa puede ser la falta de ingresos, otros casos puede deberse a que no les gusta el producto ó por que no lo apoyaron a la hora de contratarlo, pues las empresas aun y cuando tengan los mejores equipos de cómputo no alcanzan a tener toda la información para evaluar a su personal, para conocer sus necesidades y capacidades.

Puede existir una similitud entre un vendedor y un soldado, si los comparamos en el caso del ejercito en tiempos de guerra, le dan el fusil y lo mandan al campo de batalla, así he visto al vendedor, regularmente lo contratan, una breve explicación del producto o servicio, (a veces le entregan portafolio con la papelería) y lo mandan a la guerra, es decir sin preparación alguna lo envían a la calle a vender, con los resultados que todos esperamos pero, ¿Qué piensa el vendedor? “ Estoy en una gran empresa”, o “estoy en un negocio que no les interesan las personas, que solo ven los ingresos que uno pueda aportar y hacer crecer al gerente”.

Considero que es conveniente revisar el proceso de la administración y dirección de la fuerza de ventas, porque son la parte medular de los negocios, ya que son ellos los que mueven al mundo. Si no hay ventas, no hay ingresos, si no hay ingresos, no hay recursos,... ¿Porqué si se considera esencial el trabajo que desempeña el vendedor, no se le reconoce como parte de la empresa tal como debería?.

### 3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Un problema que he visto en las diferentes empresas en las cuales he colaborado desde diversas perspectivas laborales, como empleado, funcionario, ejecutivo inclusive como vendedor, ha sido que al vendedor cuando es productivo, y rentable para la empresa, regularmente se le premia, se le abren todas las puertas, "se le toma en cuenta", se le facilitan muchas situaciones; pero cuando inicia su actividad, que empieza de cero he visto que no recibe el mismo trato, al contrario, tienen menos oportunidades, y regularmente la capacitación consiste en darle a conocer a grandes rasgos quién es la empresa, cual producto va a ofrecer su meta de ventas y lo echan a la calle a "torearse" con los clientes, a aprender por su cuenta, si resulta buen vendedor se le empieza a considerar, si resulta mal vendedor no se le toma en cuenta, nadie se interesa por su situación y para mí, aquí empieza el problema. Es decir, ¿porqué nadie se preocupa por la persona que se acaba de contratar?, ¿Porqué tenemos que esperar hasta ver resultados para ver si invertimos en él o no?, ¿Porqué no darle todas las herramientas que necesite para desarrollar su trabajo?

¿ Qué tipo de selección se está llevando a cabo?

¿ Qué tipo de capacitación o inducción es conveniente?

¿ La remuneración será la justa?

¿ Cuánto se conoce el producto, para ver los efectos secundarios que tendrá el empaque, la presentación, la calidad y el precio serán razonables?

¿ El vendedor conoce todas las ventajas y desventajas del producto o servicio que ofrecerá a su cliente?

Hay muchas preguntas que se deben responder, para llegar a conclusiones del fracaso o éxito del vendedor.

¿ Porqué es flojo?, ¿ El producto es difícil de vender?,

¿ Por no haber recibido la capacitación, adiestramiento y la inducción adecuada o necesaria?

Existen muchas mas preguntas con respecto a ésta área tan fascinante que es la del vendedor, pero en lo que respecta a este trabajo de investigación, será buscar modelos que puedan ser aplicados a la fuerza de ventas que permita a las empresas tener vendedores productivos, que lógicamente están ligados con la calidad y la eficiencia y que encontramos en los vendedores exitosos.

#### 4. FORMULACION DE HIPOTESIS DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

- ¿Puede la capacitación y el adiestramiento e inclusive una buena inducción, mejorar la eficiencia y eficacia de los vendedores?
- ¿Será más costeable para las empresas invertir poco al principio en un vendedor y mucho después para habilitarlo en las ventas?
- ¿Es más recomendable una alta rotación de la fuerza de ventas?
- ¿La rentabilidad entre vendedor-empresa dependerá de los modelos utilizados en la administración y dirección de las ventas?
- ¿El éxito o el fracaso de los vendedores radica en sus propias habilidades y después en el conocimiento de lo que vende?
- ¿Cómo Despertar la Actitud Triunfadora en el Vendedor?
- ¿Cuándo se dan a conocer los productos y los beneficios se tiene éxito en las ventas?