

308923

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

55
24

ESCUELA DE PEDAGOGIA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



CURSO DE CAPACITACION PARA VENDEDORES EN UNA
EMPRESA MUEBLERA

INFORME ACADEMICO DE
ACTIVIDAD PROFESIONAL
QUE PRESENTA:
LAURA ELENA GUADALUPE GARCIA ISUNZA
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PEDAGOGIA

DIRECTOR DE INFORME
DRA, ELVIA MARVEYA VILLALOBOS

MEXICO, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A Dios por concederme la oportunidad de concluir mis estudios Universitarios.

A mis maestros por transmitirme sus sólidos conocimientos.

A mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, por su amor, comprensión y por ser el modelo de padres ejemplares.

A mi hija Karina por su sonrisa que es el gran estímulo en mi vida personal.

A mi hermana Gaby por su cariño desinteresado.

A mis hermanos: Eduardo, Guillermo y Ricardo por su orientación en mi desarrollo profesional.

A mi hermano Jorge, que el todo poderoso lo ilumine.

A todas las personas que colaboraron de alguna forma en la elaboración de este informe.

I N D I C E

<u>I. EXORDIO</u>	1
I.1 EXPOSICION DE MOTIVOS	3
I.2 JUSTIFICACION DEL TRABAJO.....	4
<u>II. CUERPO DEL INFORME</u>	5
II.1 DESCRIPCION DEL TRABAJO.....	6
II.1.1 TIPO DE INSTITUCION	6
II.1.2 OBJETIVO GENERAL	9
II.1.3 CULTURA CORPORATIVA	10
II.1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
II.1.5 PRODUCTOS	13
II.1.6 CLIENTES	14
II.7 METODOLOGIA	15
II.1.8 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS	18
II.1.8.1 RECURSOS HUMANOS	18
II.1.8.1.1 DESCRIPCIONES DE PUESTO	19

II.1.8.1.2 RECURSOS FORMALES	31
II.1.8.1.3 RECURSOS MATERIALES	33
<u>II.2 VALORACION DEL TRABAJO</u>	34
II.2.1 PROBLEMAS O SITUACIONES A LAS QUE RESPONDE	49
II.2.2 PROPUESTA PEDAGOGICA	51
II.3 REFLEXIONES SOBRE LA DISCIPLINA EN LA QUE SE INSCRIBE LA PRACTICA PROFESIONAL	75
<u>III COROLARIO</u>	78
III.1 EVALUACION	79
III.2 APARATO CRITICO	80
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	82
<u>ANEXO</u>	86

I EXORDIO

I. EXORDIO

IDENTIFICACION DE LA PROBLEMATICA GENERAL

Con la apertura del Tratado de Libre Comercio y la reciente incorporación de las franquicias a México se sufren las consecuencias de la actual crisis económica que vive nuestro País en 1995.

La gran inversión que se requirió para adecuar el local comercial de la empresa Ben implica una fuerte inversión en dólares y por la devaluación es difícil recuperarla. Aunado a los factores anteriores toda la mercancía es importada y su costo se duplica.

Es importante capacitar a los vendedores para lograr incrementar las ventas.

IDENTIFICACION DE LA PROBLEMATICA

La labor del Pedagogo consiste en apoyar a la empresa Ben adecuando su producto a las necesidades de clientes mexicanos, analizando las diferencias culturales, hábitos, espacio, modus vivendi, horarios, clima, poder adquisitivo, hábitat, preferencias, hábitos de compra del consumidor a quien se orienta; características que con una adecuada interconexión y depuración nos ayudaran a aumentar el volumen de ventas e incrementar la cartera de clientes.

¹La empresa Ben existe actualmente pero, por políticas de la misma se omite el verdadero nombre.

Para poder lograrlo el pedagogo implantará un curso de capacitación a los vendedores actuales y a los nuevos candidatos para que adquieran un mayor conocimiento en el producto, los clientes, la competencia, la negociación y la planeación de la venta, así como la ética profesional en los vendedores.

I.I EXPOSICION DE MOTIVOS

* La experiencia profesional en 3 años de trabajar en el área de ventas en una Empresa familiar me ayuda al desarrollo de este informe.

* Por el interés Profesional del papel del Pedagogo dentro de la empresa - para contribuir en el desarrollo integral del personal actual y del que se piensa seleccionar y contratar dentro de esta Organización.

* Porque los Recursos Humanos son el factor más importante para que se logren los objetivos de las empresas por lo que se debe dar capacitación.

* Porque la Capacitación:

1.- Es un proceso integrador que abarca todas las áreas y todos los niveles de aprendizaje.

2.- Es uno de los medios más efectivos que se traducen en un buen servicio al cliente.

3.- La Capacitación es ejemplo de mejora continua y de que el hombre debe actualizarse y prepararse toda la vida.

I.2 JUSTIFICACION DEL TRABAJO

La presencia del Pedagogo en Ben es importante al estar presente el hombre y la capacitación permite el desarrollo y crecimiento del mismo.

La única forma exitosa para obtener una buena disposición profesional y moral de parte de los Recursos Humanos que integran una empresa consiste en el compromiso real de la misma para la implantación de un sistema permanente y efectivo de capacitación y desarrollo, que otorgue a cada uno de sus integrantes la posibilidad de superarse y elevar su nivel socioeconómico y cultural.

El Pedagogo considera los 4 momentos del proceso enseñanza-aprendizaje: Diagnóstico, Planación, Realización, Evaluación.

En este curso específico se busca la Capacitación de nuevos y actuales vendedores.

Los conocimientos de docencia son indispensables así como el área empresarial, la -logotécnica, filosófica, psicológica y sociológica que brinda la licenciatura de Pedagogía impartida por la Universidad Panamericana.

II CUERPO DEL INFORME

II CUERPO DEL INFORME

II.I DESCRIPCION DEL TRABAJO

II.1.1 TIPO DE INSTITUCION

HISTORIA

La compañía mueblera AZNUSI establecida en México en 1976 por dos hermanos Eduardo y Claudio Aznusi García manejaba mueble contemporáneo y tradicional de nivel medio alto en la Colonia del Valle. Se enfrentaba con una creciente competencia y los constantes incrementos en la mano de obra de ebanistas locales y materia prima encarecieron su producto cabalmente a fines de la década anterior.

Al inicio de los 90's los socios acudieron a la feria mueblera de High Point a buscar oportunidades. Dicha feria es la más grande del mundo; exponen 10,000 proveedores de los 5 continentes. No sin mencionar que en Carolina del Norte está concentrado el 70% de las fábricas de muebles de la Unión Americana.

Los socios vieron esquemas interesantes desde diferentes puntos de vista; en cuanto a servicio y en cuanto producto. De aquí nace el planteamiento para una investigación de mercado más profunda que pueda dar un mejor servicio con un producto de alta calidad.

Los subsecuentes 3 años los socios estudiaron diferentes posibilidades y establecieron contacto comercial con varias empresas e incluyeron en su línea mobiliario de origen Europeo, Chino y Americano. Tanto los productos de la empresa Ben como su servicio de calidad comenzaron a distinguirse.

Sus colecciones eran vastas y sus modelos variadísimos siempre con un común denominador: excelente producto con inmejorable servicio.

Para finales de 1993 firmaron convenio con la Empresa Ben para establecer la primera Galería Ben en la República Mexicana. Se llevaron a cabo los trabajos de remodelación, estructura de sistemas, y capacitación de personal desde febrero de 1994 hasta su conclusión y apertura en noviembre del mismo año.

Ben ha sido una firma reconocida como empresa mueblera por más de 100 años. Fundada en 1889 Ben es pionera en la Industria Mueblera Americana. Un siglo después es probablemente la empresa familiar fabricante de muebles más grande de Estados Unidos. Localizada en Lenoir, una pequeña comunidad establecida en las colinas de las montañas Apalaches. La compañía se inició cuando John M. Ben un leñador de Carolina del Norte, vio la oportunidad de expandirse utilizando las originales maderas de primera de los bosques cercanos.

Para la hechura de muebles, se inauguró la fábrica de muebles de Lenoir en 1889 con 25 empleados inmigrantes distinguidos que muy pronto se convirtieron en artesanos especializados, haciendo simplemente sillas para comedor y recámaras de roble sólido. Muchos empleados de Ben han trabajado para la compañía por décadas y en algunos casos varias generaciones de familias han jugado un papel importante en la historia de la compañía.

Un programa de Expansión se inició en 1958 y la línea de tapicería fue incorporada a la línea de producción.

La compañía desarrolló varios soportes para dar mejor servicio y calidad, con plantas colaterales, completa integración vertical y máxima eficiencia.

En 1973 fueron construidas modernas oficinas corporativas en Lenoir para servicio como sede para todas las operaciones de Ben incluyendo madera y las compañías de flotas camioneras. La década de los 80's condujo a la consolidación de diversas secciones con el nombre de compañía mueblera Ben.

En la década de los 90's Ben encuentra una posición de crecimiento en el complejo entorno de los negocios. Como un fuerte productor mueblero independiente ofrece una línea de salas, sillones, comedores, libreros muebles para oficina en diferentes estilos de contemporáneo a tradicional. Sus diseños se venden a nivel internacional a través de las más prestigiadas mueblerías y tiendas departamentales Ben tiene una sala de exhibición de 4000 m2 en el Centro de Diseño de High Point, lugar fijo donde se efectúa la feria mundial del mueble cada Abril y Octubre. La compañía cuenta con 10 fábricas y 2500 empleados. Ben estudia la posibilidad de establecer una planta que le maquile piezas de fierro y algunas subpartes de madera en la República Mexicana.

III.1.2 OBJETIVO GENERAL

*** Preparar promotores que difundan profesionalmente el concepto de la empresa Ben con el fin de incrementar la cartera de clientes y establecer Galerías independientes en la República Mexicana.**

- *Mantener a Ben como Empresa líder en el ramo de la alta decoración.
- *Proveer un servicio de calidad al cliente.
- *Inculcar en el personal la buena disposición del servicio y ayuda mutua, lo que creará un ambiente propicio de desarrollo y de conciencia de equipo con la empresa.

III.1.3 CULTURA CORPORATIVA

***MISION**

- Proporcionar un servicio de calidad a la sociedad.
- Generar fuentes de trabajo.
- Incrementar la productividad.
- Mejorar las aptitudes del personal.

***VALORES**

-INTEGRIDAD.-

- Existe un marco de respeto, justicia y trato digno a las personas, se tiene confianza en que cada empleado desempeñe sus funciones con responsabilidad y dedicación.

-SERVICIO DE CALIDAD.-

Los esfuerzos, recursos y conocimientos deben estar orientados para satisfacer las necesidades de los clientes.

-RENTABILIDAD.-

Productos altamente competitivos promoviendo una actitud de eficiencia utilizando adecuadamente los recursos económicos y materiales.

-TRABAJO EN EQUIPO.-

Compartir una misión común.

-INNOVACION.-

Aceptar que siempre existe la posibilidad de mejorar los productos y -- servicios.

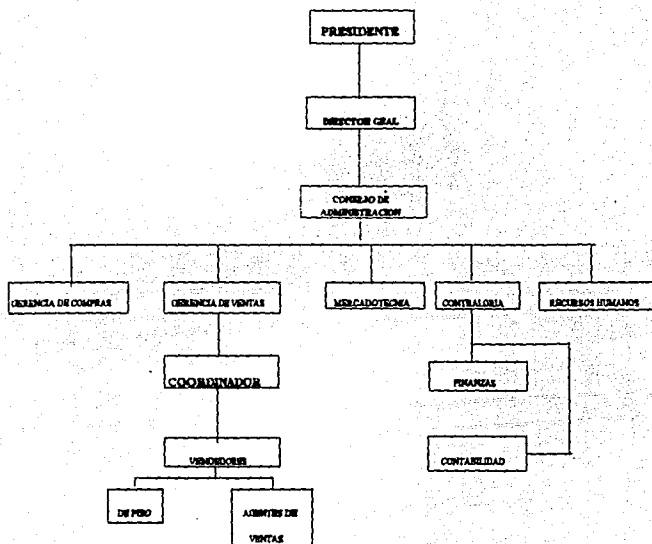
-COMPROMISO.-

Cumplir es el principio de la filosofía del grupo. El buen servicio es parte del reto establecido.

II.1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA

MUEBLERIA BEN, S.A. DE C.V.



II.1.5 PRODUCTOS

EBANISTERIA (madera, fierro y otros materiales).

COMEDORES

* Mesas, sillas, vitrinas, trinchadores.

RECAMARAS

* Camas, buróes, lunas, armarios, muebles de televisión.

MUEBLES OCASIONALES

* Vitrinas, muebles de entretenimiento, consolas.

* Mesas de centro y laterales.

TAPICERIA

* Salas tapizadas en piel, tela y piel con tela

* Según su relleno, pluma de ganso o hule espuma.

* Sofás cama, modulares, reposesets, sillones individuales ocasionales.

MUEBLES PARA OFICINA

- * Escritorios, libreros,

II.1.6 CLIENTES

- * Constructoras e Inmobiliarias
- * Arquitectos
- * Diseñadores
- * Empresas Hoteleras
- * Restaurantes
- * Despachos
- * Tiendas departamentales
- * Tiendas de alta decoración
- * Cadenas de televisión
- * Agencias productoras y publicidad
- * Bancos
- * Compradores particulares

II.1.7 METODOLOGIA

La metodología es el camino que conduce al conocimiento y éste es la energía que hace posible la acción consciente del hombre con respecto al medio, a sus semejantes y asimismo.

El conocimiento es lo que da al hombre conciencia del qué, del cómo y del porqué de su acción.

El método del presente trabajo es deductivo, se identificó la problemática general para ir al problema particular.

En cada uno de los temas se lleva a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera expositiva / participativa. El instructor explica la mayoría de los temas tomando en cuenta las opiniones y conocimientos de los participantes.

Se realizaron entrevistas con los socios, vendedores y clientes para proponer cursos.

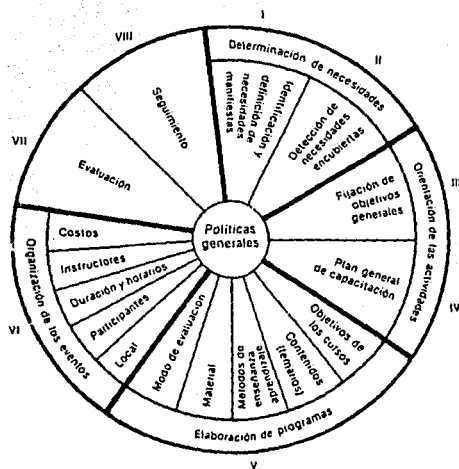
Se utiliza la observación como técnica a fin de analizar la operación, las descripciones de puesto para detectar habilidades, conocimientos, actitudes y valores de la persona que ocupa el puesto, así como las actividades que realizan a fin de compararlas con las que se llevan a cabo en el curso de capacitación.

*Para la elaboración del curso de capacitación de vendedores se tomaron como marco de referencia las fases del proceso de capacitación de Mauro Rodríguez.

- 1.- IDENTIFICACION Y DEFINICION DE NECESIDADES MANIFIESTAS.
- 2.- DETECCION DE NECESIDADES ENCUBIERTAS.
- 3.- FIJACION DE OBJETIVOS A PARTIR DE LAS NECESIDADES.
- 4.- ELABORACION DE UN PLAN GENERAL DE CAPACITACION.
- 5.- ELABORACION DE PROGRAMAS.
- 6.- ORGANIZACION DE LOS EVENTOS DE CAPACITACION.
- 7.- EVALUACION DEL PLAN Y DE LOS PROGRAMAS.
- 8.- SEGUIMIENTO.¹

¹ RODRIGUEZ, M: et. al. Administración de Recursos Humanos, p.60

LAS FASES DEL PROCESO DE CAPACITACION²



² ibidem, p.61

FALLA DE ORIGEN

II.1.8 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

II.1.8.1 RECURSOS HUMANOS

SEXO	EDAD	ANTIGÜEDAD	PUESTO	ESTUDIOS
M	40	15 Años	Vendedor	Administrador de Empresas Pasante
M	38	15 Años	Vendedor	Ingeniero Industrial Pasante
F	31	3 Años	Coordinador de ventas	Lic. en Pedagogía Pasante
F	33	7 Años	Vendedor	Decoradora
F	32	2 Años	Agente de Ventas	Turismo
F	38	8 Años	Agente de Ventas	Arquitecto
M	40	2 Meses	Agente de Ventas	Diseñadora

* Se hace una vinculación con la mueblería nacional Aznusi debido a que la mayoría del personal anterior se incorporó a la empresa Ben.

II.1.8.1.1 DESCRIPCIONES DE PUESTO

DESCRIPCION DE PUESTO

Nombre del puesto: **Coordinador del área de ventas**

Departamento: **Ventas**

Reporta a: **Director General**

No. de Ocupantes: **Uno**

OBJETIVO

Incrementar las ventas de los productos de Ben por medio de un máximo aprovechamiento y desarrollo de los recursos humanos del área de ventas.

Aumentar la cartera de clientes detectando el mercado potencial.

DESCRIPCION GENERICA

El coordinador es un guía que conduce a su personal hacia el logro de sus objetivos de la empresa.

- * Planear qué se va hacer.
- * Organizar cómo se va hacer.
- * Dirigir que se haga.
- * Controlar cómo se hizo.

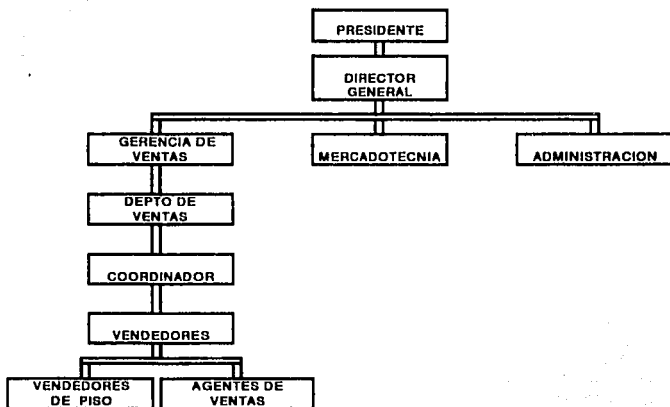
DESCRIPCION ESPECIFICA

- * Capacitar y desarrollar vendedores nuevos.
- * Actualizar a los vendedores que ya poseen experiencia.
- * Planear y organizar el tiempo de las visitas de vendedores.
- * Evaluar y calificar el desempeño de su equipo de vendedores.
- * Motivar a los vendedores para que cumplan con sus objetivos de ventas.

- * Control del equipo de vendedores dispersos geográficamente.
- * Comunicación con los vendedores.
- * Mejorar la presentación de la compañía y de su productos a través de los vendedores.
- * Contrarrestar el desgaste de la técnica de ventas producida por la influencia del cliente sobre el vendedor.
- * Comprender y aplicar los principios de ventas para transmitir su conocimiento.
- * Ejercer mayor influencia sobre todo vendedor-cliente.
- * Atraer el respeto de su equipo de vendedores para que puedan someterse a su liderazgo.
- * Planear y organizar el tiempo de las visitas de vendedores.
- * Supervisar la productividad en la Empresa.
- * Integrar al vendedor a su puesto y por consecuencia a la Empresa.
- * Mantenimiento de la clientela.
- * Exigir puntualidad a los vendedores de piso.
- * Conocer los precios del mercado con el fin de poder transmitir al personal la característica competitiva de Ben.

- * Llevar control de inventario.
- * Responsable de mantener la unidad de los vendedores de piso.
- * Resolver problemas relativos al personal.
- * Revisar pedidos y dar seguimiento.
- * Verificar en la computadora laptop la existencia del pedido.
- * Revisar y controlar facturación.
- * Revisar los pedidos de clientes en cuanto llegan a la mueblería y verificar -
que vengan completamente bien empacados sin desperfectos.
- * Ayudar a los vendedores a planear y organizar visitas para tener contacto -
con el cliente externo a fin de lograr los objetivos de distribución del mueble
en la República Mexicana y apertura de nuevas Galerías.
- * Investigar personalmente todas las quejas sobre calidad y ver que se -
llegue a soluciones completamente satisfactorias.
- * Llamar por teléfono a los clientes para avisarles sobre descuentos y -
novedades.
- * Delegar funciones a cada vendedor.
- * Observar y evaluar las actividades que realizan los vendedores de piso.

UBICACION EN LA ESTRUCTURA



CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

“El vendedor es la única ventaja significativa que una compañía tiene sobre sus competidores.”³

- A Intelectuales: * Sólida base de cultura, * Capacidad de trabajar con números,
 * Excelente dicción y vocabulario. 75% de Inglés.
- B Físicas: * Excelente presencia, * Condiciones óptimas de salud y
 vitalidad.
- C Sociales: * Liderazgo, * Capacidad de interrelación intuitiva perceptiva.
- D Morales: * Lealtad, * Honestidad, * Integridad, * Responsabilidad.
- E Psicológicas: * Equilibrio emocional independiente, * Creatividad,
 * Liderazgo, * Seguridad en sí mismo, * Sentido
 del éxito.

³ LIDSTONE, J., Capacitación de vendedores, p.6

FUNCIONES DEL PEDAGOGO DENTRO DE LA EMPRESA

- * Asesorar e intervenir en la contratación de personal.
- * Detectar necesidades de entrenamiento para empleados y directivos.
- * Diseñar, aplicar y evaluar programas de capacitación y desarrollo para el personal en sus distintos niveles.
- * Proporcionar asesoría para una óptima administración de los recursos humanos.
- * Participar en la planeación Organizacional especificando las funciones de las relaciones interpersonales.

DESCRIPCION DE PUESTO

Nombre del puesto: **Vendedor**

Departamento: **Ventas**

Reporta a: **Coordinador de área de ventas**

No. de ocupantes: **Cuatro**

OBJETIVO

- * Cubrir cuotas establecidas por el coordinador.
- * Brindar soporte técnico y de servicio al departamento de ventas.
- * Servicio de promoción.

DESCRIPCION GENERICA

- * Promoción del producto.
- * Informar avances de presupuestos.
- * Mantener comunicación periódica con la coordinación.
- * Atender personalmente a los clientes.
- * Formular los pedidos diarios .
- * Verificar la existencia del producto en la computadora Laptop.
- * Realizar labor de cobranza.
- * Llamar a clientes periódicamente, buscando la continuidad de las ventas con los clientes actuales y propiciándola con los potenciales.

DESCRIPCION ESPECIFICA

- * Atención a quejas de clientes.
- * Trato y atención al cliente.
- * Mantener informado al director de ventas sobre todos los resultados - obtenidos, como de las fallas y soluciones que se han puesto con el fin de que se asesore.
- * Reportar a mantenimiento los desperfectos de los muebles de exhibición causados por golpes o maltratos.

CARACTERISTICAS

- A Intelectuales:
- * Sólida base de cultura, *Capacidad de trabajar con números,
 - * Excelente dicción y vocabulario.
- B Físicas:
- * Excelente presencia, * Condiciones óptimas de salud y - vitalidad. Nitidez en su arreglo personal y prendas de vestir.

- C Sociales: * Capacidad de interrelación intuitiva y perceptiva.
 * Capacidad de darse con los demás a un nivel cordial sin
 ceremoniar.
- D Morales: * Lealtad, * Honestidad, * Integridad, * Responsabilidad.
- E Psicológicas: * Equilibrio emocional independiente, * Creatividad,
 * Seguridad en si mismo.

DESCRIPCION DEL PUESTO

Nombre del puesto: **Agente de ventas**

Departamento: Ventas

Reporta a: Coordinador del área de ventas

No. de ocupantes: Dos

OBJETIVO

- * Cubrir cuotas establecidas por el coordinador de ventas.
- * Desarrollar métodos creativos para encontrar clientes potenciales.

DESCRIPCION GENERICA

Es responsable de promover y vender los productos de Ben en su zona dando seguimiento y atención a los clientes actuales buscando incrementar su cartera de clientes.

DESCRIPCION ESPECIFICA

- * Citas a los clientes periódicamente, según la ruta planeada buscando el seguimiento de la venta con los clientes actuales y propiciándola con los potenciales.
- * Buscar prospectos telefónicamente para llevar a cabo la labor de promoción del producto Ben.
- * Formular los pedidos diarios y llevar a cabo los trámites necesarios para entregar el pedido oportunamente al cliente.
- * Verificar la existencia del producto para poder hacer la entrega a tiempo y dar seguimiento a la misma.

* Verificar las condiciones de pago y entregar al coordinador la solicitud de crédito si es requerida.

* Realizar labor de cobranza en caso de cliente moroso.

CARACTERISTICAS

- A Intelectuales:** * Sólida base de cultura, *Capacidad de trabajar con números
 * Excelente dicción y vocabulario.
- B Físicas:** * Excelente presencia, * Condiciones óptimas de salud y
 vitalidad.
- C Sociales:** * Capacidad de interrelación. *Activo. *Gusto por viajar y
 trabajar en la calle. *Aspiraciones económicas.
- D Morales:** * Lealtad, * Honestidad, * Integridad, * Responsabilidad.
- E Psicológicas:** *Independiente, * Creatividad, * Automotivado.
 * Seguridad en sí mismo, * Sentido del éxito.

II.1.8.2 RECURSOS FORMALES

REGLAMENTO

CAPITULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES.

ARTICULO PRIMERO - Los servicios que los trabajadores presen a la empresa se registran por lo establecido y de acuerdo con lo dispuesto por la Ley Federal de trabajo y lo dispuesto en este reglamento.

ARTICULO SEGUNDO - Este reglamento deberá ser leído, firmado y observado por cada uno de sus trabajadores.

CAPITULO SEGUNDO.- INGRESO DE TRABAJADORES

ARTICULO TERCERO - Cada trabajador deberá cubrir los siguientes requisitos:

a.- Llenar una forma de solicitud de ingreso y tener el perfil del puesto.

b.- Presentar su forma de inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes y su Registro en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

c.- Presentar carta de recomendación de los tres últimos empleos

d.- Sostener entrevista con coordinadora y tener el voto aprobatorio de la misma.

CAPITULO TERCERO JORNADA DE TRABAJO Y HORARIOS

ARTICULO CUARTO - La jornada de trabajo sera de 48 horas a la semana, distribuidas de Lunes a Sábado, descansando en Domingo.

ARTICULO QUINTO - Se considera como retardo la llegada después de la hora establecida, sin que se exceda de 15 minutos, tres retardos consecutivos hacen una falta.

ARTICULO SEXTO - Salvo los empleados que desempeñen cargos ejecutivos deberán registrar sus horas de entrada y salida.

CAPITULO CUARTO CENTRO O LUGAR DE TRABAJO

ARTICULO SÉPTIMO La empresa podrá efectuar cualquier cambio de adscripción a cualquier empleado que preste sus servicios.

CAPITULO QUINTO VACACIONES Y DIAS FESTIVOS

ARTICULO OCTAVO Los trabajadores de acuerdo con su antigüedad, tendrán derecho a sus vacaciones de acuerdo a lo establecido por la Ley Federal del Trabajo previa solicitud por escrito.

a.- Con goce a sueldo más la prima vacacional correspondiente.

b.- Los periodos vacacionales deberán disfrutarse en forma ininterrumpida.

c.- Adicionalmente a los días de descanso que representan las vacaciones a los trabajadores los siguientes días festivos, con goce de salario, como lo establece la Ley Federal del Trabajo

CAPITULO SEXTO PERMISOS

ARTICULO NOVENO La Empresa podrá otorgar discrecionalmente permisos sin goce de sueldo.

ARTICULO DECIMO La Empresa concedera a sus trabajadores o empleados permiso con goce de salario en los siguientes casos

a.- Matrimonio - 5 Días hábiles cuando el interesado tenga un año o más de antigüedad.

b.- Nacimientos.- Solo a los trabajadores varones se les otorgarán tres días de permiso, que serán uno al internarse la esposa, otro dentro del periodo de hospitalización y último, al salir del hospital la esposa.

c.- Defunciones.- En caso de muerte de conyuge, padres, hijos o hermanos, se otorgarán dos días de permiso, debiendo acreditar mediante el documento respectivo el deceso familiar.

d.- Onomástico.- La tarde en que el trabajador o empleado celebre su cumpleaños.

CAPITULO SEPTIMO DEL IMPORTE DE LOS SUELDOS Y SALARIOS

ARTICULO DECIMO PRIMERO - Los salarios serán pagados en efectivo en el centro de trabajo correspondiente a cada trabajador, los días 15 y últimos de cada mes o el día hábil anterior en caso de ser día de descanso.

CAPITULO OCTAVO DEL LOS AVISOS PARA EL I.M.S.S.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO El trabajador imposibilitado para concurrir a sus labores por enfermedad o accidente antes de doce horas, a fin de que se este en posibilidad de reportarlo oportunamente al I.M.S.S. en la clínica correspondiente.

ARTICULO DECIMO TERCERO - La incapacidad expedida por el I.M.S.S. será el único documento valido par justificar las faltas.

ARTICULO DECIMO CUARTO - Todo trabajador que sufra un accidente de trabajo será auxiliado para que de inmediato se someta a tratamiento que determinen los médicos del Seguro Social.

ARTICULO DECIMO QUINTO - Cuando el trabajador contraiga un enfermedad contagiosa deberá dar aviso a la Empresa para que ésta tome las medidas necesarias evitando la propagación o contagio de la enfermedad.

CAPITULO NOVENO OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

ARTICULO DECIMO SEXTO. Son obligaciones de la Empresa independientemente de las que establece la Ley Federal Del Trabajo, las siguientes:

- a.- Cumplir y hacer cumplir este reglamento
- b.- Vigilar que sanitaria e higiénicamente exista seguridad para los trabajadores.
- c.- Proporcionar a los empleados las herramientas y equipo necesario para el desempeño de sus labores.
- d.- Ejercer el derecho de mando de los empleados.
- e.- Instalar en lugar visible, un botiquín par proporcionar los primeros auxilios a los empleados.

CAPITULO DECIMO OBLIGACIONES DE LOS EMPLEADOS

ARTICULO DECIMO SEPTIMO Son obligaciones de los empleados independientemente de las que establece la Ley Federal Del Trabajo

- a.- Presentarse puntualmente a sus labores de acuerdo con los horarios establecidos para cada empleado.
- b.- Ejecutar su trabajo con cuidado, esmero y cortesía para la clientela que atiende.
- c.- Observar buena conducta durante la prestación de los servicios.
- d.- Guardar escrupulosamente los datos confidenciales que conozca no poniéndolo bajo ningún sentido en poder de un tercero ajeno a la empresa.
- e.- Prestar auxilio en el momento en que se requiera, cuando por siniestro peligren las personas o los intereses de otros o de sus compañeros de trabajo.
- f.- Observar las disposiciones del presente reglamento.
- g.- No perder tiempo durante las horas de trabajo.
- h.- Dar aviso a la Empresa de cualquier cambio de domicilio.
- i.- En caso de ausencia por enfermedad o por cualquier otro motivo dar aviso a la Empresa antes de las doce del día.
- j.- Al terminar sus labores deberán dejar adecuadamente su material de trabajo.
- k.- Observar estrictamente las medidas de seguridad contenidas en las leyes y reglamentos aplicables, con objeto de evitar accidentes.

CAPITULO DECIMO PRIMERO DE LAS PROHIBICIONES

ARTICULO DECIMO OCTAVO. Queda estrictamente prohibido a los empleados.

- a.- Efectuar colectas o rifas dentro de la Empresa.
- b.- Pasarse de las atribuciones establecidas para cada puesto.
- c.- Faltar al respeto o consideración de clientes, compañeros, o jefes.
- d.- Utilizar a los mozos o mensajeros de la Empresa en asuntos personales.
- f.- Utilizar constantemente los teléfonos de la Empresa en asuntos personales.
- g.- Leer revistas o periódicos durante el desempeño de su trabajo.

CAPITULO DECIMO SEGUNDO SANCIONES

ARTICULO DECIMO NOVENO. La Empresa podrá sancionar a sus empleado suspendiéndolos de su trabajo sin goce de sueldo por un día al mes.

ARTICULO VIGESIMO. Se sancionará con tres días de suspensión y en caso de reincidencia con rescisión de contrato, al empleado que trate de firmar o asentar la asistencia de cualquier otro empleado de la Empresa.

CAPITULO DECIMO TERCERO. DE LA RESCISION DEL CONTRATO DE TRABAJO

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO. El contrato individual de trabajo de empleados, podrá se rescindido sin responsabilidad para la Empresa por cualquiera de las siguientes causas.

- a.- Portar cualquier tipo de armas dentro del centro de trabajo.
- b.- Sacar del centro de trabajo, herramientas, útiles o cualquier objeto, sin la autorización correspondiente.
- c.- Causar deliberadamente deterioros en el edificio, utensilios o maquinaria de la Empresa.
- d.- Por incurrir el empleado en faltas de probidad y honradez, en actos de violencia, injurias o malos tratos en contra de funcionarios o ejecutivos de la empresa o clientela.
- e.- Por cometer el empleado actos inmorales en los centros de trabajo de la Empresa.
- f.- Por revelar secretos de fabricación o asuntos de carácter privado en perjuicio de la Empresa.
- g.- Por acumular más de tres faltas de asistencia en un periodo de treinta días sin permiso o causa justificada.
- h.- Por desobedecer a sus jefes por causa injustificada.
- i.- Por presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajos efectos de algún narcótico, droga o enervante.
- j.- Por declaración de la Junta de Conciliación y Arbitraje, en los términos previstos por la fracción IX del artículo 116 de la Ley Federal del Trabajo.

MANUAL DE INDUCCION

Se maneja un catálogo con todas las colecciones de muebles en donde se especifican características.

II.1. 8.3 RECURSOS MATERIALES

La Mueblería Ben establecida en México cuenta con:

- Sala de exhibición.
- Material audiovisual.
- Material gráfico: (pizarrón, láminas, rotafolio, catálogos de las diferentes colecciones de muebles).
- Videocasetera VHS y videos VHS.
- Televisión de 25 pulgadas .
- Material de papelería, facturas, pedidos, presupuestos, notas de remisión, ordenes de distribución, memorándums.
- Grabadora y cintas para grabar.
- Computadora laptop con programa windows e impresora.
- Máquina de escribir.
- Cámara de video.

II.2 VALORACION CRITICA DEL TRABAJO

Cualquier empresa, hoy en día, se presenta, ante todo como un conjunto humano y dinámico constituido por personas que tratan de armonizar sus capacidades y voluntades, con el objeto, de cumplir tareas generalmente múltiples y complejas.

Guzmán Valdivia afirma que la empresa:

“Es una unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan, para lograr una producción socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común de la misma empresa y la sociedad”.⁴

La empresa es una de las instituciones más importantes, de las sociedades industriales; es una ciudad económica de producción que contribuye en gran manera a su desarrollo económico y social, ofreciendo diversas oportunidades para el desempeño profesional y haciendo posible el lanzamiento de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los miembros de la misma sociedad.

Es necesario que cada empresa cuente con el personal idóneo conforme a su filosofía y sus necesidades, que tenga una estructura bien definida, que facilite el logro de los objetivos y ayude a incrementar la productividad de la misma.

⁴ GUZMAN, VALDIVIA, I., Humanismo trascendental, p. 95.

La idea de organización surge con el hombre al darse cuenta de que él solo no es capaz de satisfacer todas sus necesidades, que requiere de la ayuda de los demás para desarrollarse.

De este modo, el hombre busca la satisfacción de sus necesidades con la ayuda de los demás, formando pequeños grupos que persiguen intereses comunes de intercambio de bienes y servicios y así representar fuentes de trabajo y desarrollo para el hombre.

Toda empresa persigue un fin determinado por el que fue creada, cada una establece un conjunto de metas y objetivos.

Así para Reyes Ponce:⁵

“El fin inmediato de la empresa es la producción de bienes y servicios para un mercado, y el fin mediato es analizar que es lo que se busca con dicha producción y servicios”.

De este modo, la finalidad de la empresa es la obtención de utilidades, además existen finalidades comunes como obtener el prestigio social, abrir nuevas fuentes de trabajo, la producción de bienes y servicios para la satisfacción de la sociedad, el soporte técnico de otras empresas, estructura social, balance del entorno.

⁵ REYES, PONCE, A., Administración de empresas, p. 83 .

La empresa debe estar encaminada al desarrollo y perfeccionamiento para la realización de su bien común y el de la sociedad en general, proyectando toda su potencialidad hacia el desarrollo integral de su entorno.

Guzmán Valdivia afirma que en toda empresa deben existir los siguientes aspectos para lograr el bien común de la misma:

1. Respeto a los derechos del personal, consignados en las leyes, contratos y reglamentos de cada empresa.
2. Un sistema de quejas, para corregir las irregularidades en el trabajo o la violación de los derechos.
3. Adiestramiento, capacitación y desarrollo de todo el personal.
4. Sistemas técnicos de ascensos y promociones al personal.
5. Calificación de méritos del personal.
6. Orientación de las relaciones humanas, para crear y mantener un ambiente de compañerismo, colaboración y participación en la vida de la empresa.
7. Encausamiento del ejercicio de la autoridad, hacia las finalidades que le corresponden: el orden, la justicia y el bien común.
8. Hacer de la subordinación una cooperación consciente, libre y responsable de acuerdo con las exigencias del bien común de cada empresa.⁶

⁶ GUZMAN, Valdivia. I., op. cit. p.43

La Empresa actúa como agente educativo a través de la función de capacitación, su estrategia se apoya en los fines, los medios y las normas de la educación aplicando el proceso enseñanza-aprendizaje dentro del ámbito laboral, todo ello con el objeto de que el educando o trabajador se encuentre mejor integrado con su medio y realice el trabajo más productivamente.

La educación en los adultos es una necesidad que en la actualidad se está haciendo una realidad. Las empresas existen con el objeto de proporcionar un bien o servicio a la sociedad y colaborar de esta forma en su desarrollo.

La acción educativa en la empresa forma parte de la educación permanente del hombre y pretende colaborar con la organización facilitándole un personal debidamente preparado para que desempeñe sus funciones.

La educación en la empresa pretende mantener a su personal motivado y contribuir en su desarrollo como persona. Si se considera que la educación es un proceso dinámico, armónico y permanente que se da en la vida del hombre. Los provechos de la educación generan beneficios mutuos tanto al individuo como a la empresa siendo un progreso recíproco.

¿Por qué un Pedagogo en la Mueblería Ben'?

La Pedagogía es la ciencia y arte de educar, por tanto el Pedagogo es un profesional de la educación, comprende a la persona humana en un sentido integral y ve sus posibilidades de mejora a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje. Podrá ayudar a la mueblería Ben en México orientando a sus vendedores a enfocar sus esfuerzos educativos por medio de la capacitación integral.

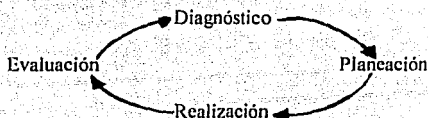
La educación como un proceso que tiende al desarrollo de las potencialidades humanas, se limita a un aspecto de la educación. el hombre es un ser con dimensión: bio, psico, social y espiritual.

“Desde el punto de vista bio-psicológico, la educación tiene por finalidad llevar al individuo a realizar su personalidad, teniendo presente sus posibilidades intrínsecas. Luego la educación pasa a ser el proceso que tiene por finalidad actualizar todas las virtualidades del individuo, en un trabajo que consiste en extraer desde adentro el propio individuo lo que hereditariamente trae consigo.”⁷

⁷NERICI, I., Hacia una didáctica general dinámica. p.19

El aspecto integral de la educación se refiere a que es necesario cubrir todos los valores y áreas de la educación de otro modo se haría una labor incompleta. La pedagogía como arte lleva implícito el concepto de transformación. Es necesario tener la habilidad para llevar la pedagogía a la práctica y no sólo quedarse en la teoría. La transformación de la persona se busca para alcanzar un perfeccionamiento en donde su acción se va a ejercer en una situación única y particular a través de la influencia de sociedad a sociedad.

Para que la capacitación sea completa es necesario contemplar los cuatro momentos de enseñanza-aprendizaje:



La Pedagogía tiene por objeto de estudio, la selección y aplicación de las acciones educativas. Debe entenderse como un proceso de desarrollo armónico de las funciones humanas, por eso se requiere estudiar a la educación en su totalidad. En la empresa se educa al hombre por medio de la capacitación.

“Capacitación en su definición más general es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo.”⁸

Es primordial establecer el manejo de éstos conocimientos técnicos y científicos.

Por la capacitación se entiende la aplicación del proceso de enseñanza-aprendizaje orientado a la adquisición de conocimientos, habilidades y modificación de actitudes, para lograr una mayor eficiencia en el trabajo, entendiéndose por ésta la realización oportuna de actividades prioritarias de acuerdo con los fines de la empresa, es decir la obtención de resultados.

- Los objetivos de la capacitación son:

- a) Elevar la productividad.
- b) Reducir los errores de operación.
- c) Garantizar la calidad de productos y servicios.
- d) Actuar como organismo promotor de valores.

Las empresas son creadas para lograr sus objetivos, contando con recursos materiales, técnicos y humanos.

⁸ ARIAS, GALICIA, F., Administración de Recursos Humanos, p.320

Los recursos humanos son los más importantes, influyen directamente en el desarrollo y crecimiento de la empresa, al referirnos a ellos no sólo es necesario involucrar a la actividad humana en sí, sino aquello que hace a cada persona única e irreplicable: sus conocimientos, habilidades, experiencias, aptitudes, intereses y actitudes, que son elementos que pueden incrementarse o mejorarse mediante la capacitación, a través de la cual se satisfacen necesidades existentes y se prevén necesidades futuras relacionadas con la preparación y habilidades de sus integrantes.

La **Capacitación**, es según Alfonso Siliceo:

“Un medio formidable para encauzar al personal de un empresa, logrando una auténtica automotivación e integración en la misma. Esto sólo es posible si la educación que se imparte es integral, pues sólo así se ubicará y desarrollará el empleado, cualquiera que sea su nivel y área de trabajo, como un miembro responsable del conglomerado social al que pertenece.”⁹

⁹ SILICEO, A., Capacitación y Desarrollo de Personal, p.22

De esta manera la capacitación es indispensable para cualquier organización preocupada por su crecimiento y desarrollo, así como el de sus integrantes, ésta prepara a las personas para una vida de trabajo productiva y satisfactoria, lo que le permite contar con recursos humanos efectivos y socialmente útiles en el ámbito laboral.

La capacitación cumple con una función social económica dentro de la empresa que se extiende a la sociedad:

- * Permite elevar los índices de productividad al contar con personal - -
preparado, actualizado, motivado e interesado en el trabajo.
- * Logra resultados positivos, beneficencia económica y socialmente de la
comunidad.
- * Facilita su modernización aplicando nueva tecnología que exige una
actualización permanente de conocimientos y destrezas.

"Para fines prácticos se distinguen tres tipos de entrenamiento en función de las áreas de aprendizaje a la que se dirige la capacitación"¹⁰

- * Adiestramiento, capacitación y desarrollo.

¹⁰ cfr. REYES, PONCE, A., *op.cit.* p.103

* **Adiestramiento:** esta orientado hacia la adquisición de destrezas y habilidades.

* **Capacitación:** proporciona al trabajo las bases técnicas y conceptuales que mejoran sus aptitudes y amplían sus conocimientos intelectuales.

* **Desarrollo:** pretende la adquisición o modificación de actitudes.

Aún cuando existe una división entre entrenamiento y desarrollo se ubican en un entorno organizacional. Dentro de la capacitación el programa debe promover el desarrollo integral del ser humano.

Beneficios de la capacitación en el trabajo:

- * Oportunidad de aprender.
- * Habilidad de enfrentarse a los cambios.
- * Oportunidad de ascenso y desarrollo personal.

Beneficios de la empresa:

- * Mayor capacidad para enfrentar las crisis de la organización.
- * Facilidad de retener al personal existente que genera una baja rotación de personal.
- * Fuerza de trabajo más capaz y movable.

- * Reducción de costos por perder el tiempo en empleados experimentados.
- * Alta productividad a través de un mejor desempeño de trabajo.

El pedagogo es el profesional cuya labor consiste en que desde su perspectiva científica aplicada, diseña y realiza intervenciones educativas en diferentes ambientes tanto a nivel individual como grupal con la máxima eficiencia y eficacia.

El ser humano puede perfeccionarse a través del aprendizaje; constancia, creatividad, investigación, experimentación entre otros; junto al aprendizaje aparece la necesidad de la enseñanza. Deben de existir educadores que transmitan la cultura, por lo tanto se necesita la didáctica.

“El estudio de la didáctica es necesario para que la enseñanza más eficiente, más ajustado a la naturaleza y a las posibilidades del educando y de la sociedad puede decirse, además, que es el conjunto de técnicas destinado a dirigir la enseñanza mediante principios y procedimientos aplicables a todas las disciplinas, para que el aprendizaje de los mismos se lleve a cabo con mayor eficiencia.”¹¹

Partiendo de esta definición se deben tomar en cuenta las técnicas de enseñanza más adecuadas de acuerdo a las posibilidades, intereses y características del alumno.

¹¹ NERICI, I. *op. cit.* p.53

“La enseñanza no es más que la dirección del aprendizaje. La didáctica esta constituida por un conjunto de procedimientos y normas destinadas a dirigir el aprendizaje de la manera más eficiente que sea posible.”¹²

El papel de la didáctica es de concluir a la realización plena, por medio de una orientación basada en la manera y en la capacidad de aprender, acompañada de comprensión, seguridad y estímulo.

“La didáctica se encuentra compuesta por el conjunto de técnicas comprobadas, estudiadas y sistemáticas, por las cuales se realiza la enseñanza . Su objetivo es llevar a cabo la enseñanza de una manera más eficaz y eficiente, ajustada a la naturaleza y posibilidades del educando y de la sociedad”¹³

El objeto de la didáctica es sistematizar el proceso educativo, integrándolo en un todo, a partir de estudios, científicos, con el objetivo de asegurar implicaciones teórico-prácticas que lleven a mejorar el aprendizaje a través de la enseñanza.

El centro de interés de la capacitación radica en la formación y todo lo que coadyuve a la misma. El interés de este trabajo se enfoca al binomio enseñanza-aprendizaje en la empresa para lograr una efectiva capacitación.

¹² *ibidem*, p.54

¹³ *cfr.* NERICI, Y., *op. cit.* p.53-54

Enseñar significa proporcionar experiencias de aprendizaje que permitan a cada discípulo desarrollarse continua y progresivamente hacia su papel como adulto dentro de la empresa.

Luis A Mattos nos dice:

“Enseñar es, pues, fundamentalmente dar a los alumnos la oportunidad - para manejar inteligentemente y directamente los datos de la disciplina, - organizando, dirigiendo y controlando experiencias fructíferas de actividad reflexiva”.¹⁴

El mismo autor al referirse a enseñar señala:

“Dirigir con técnicas el proceso de enseñanza aprendizaje.”¹⁵

Enseñar es, pues, proporcionar una determinada experiencia a un sujeto; utilizando un método y unos recursos dados, de forma que, bajo - - circunstancias concretas, capte y aprenda los datos o la información - requerida de un disciplina determinada, que tenga capacidad de respuesta dentro de sus límites o alcances.

¹⁴ MATTOS, A. L., *Compendio de Didáctica General*, p.43

¹⁵ *ibidem*, p.42-43

Luis A. Mattos define el aprendizaje diciendo que:

“El aprendizaje consiste esencialmente en modificar el comportamiento del alumno y enriquecer su personalidad.”¹⁶

El aprendizaje supone un cambio y a la vez un enriquecimiento a partir de una experiencia. Si las experiencias proporcionadas por la enseñanza están debidamente seleccionadas, programadas y se adecuan a las condiciones del sujeto: necesidades, intereses, conocimientos anteriores, capacidad, etc., se realizará dicha capacidad y habrá auténtico aprendizaje.

El discente podrá cambiar o aumentar las necesidades e interés del alumno por medio de una motivación dentro del proceso de enseñanza- aprendizaje.

Lindsley lo define como:

“Una combinación de fuerzas que inicia, dirige y sostiene la conducta hacia una meta”¹⁷.

Aplicando esta definición en este tema, podemos decir que la motivación viene a ser la fuerza interior que despierta el interés por aprender lo que dirige y lo sostiene, llevando al individuo al cambio de conducta.

¹⁶ *ibidem*, p.42-43

¹⁷ MORSE, W., *et. al. Psicología aplicada a la enseñanza*, p.264

La motivación entonces exige y el interés se mantiene en:

- 1.- Aprender a tomar decisiones de diferentes situaciones y circunstancias que encuentra difíciles.
- 2.- Saber resolver aquellos problemas para los cuales no le bastan sus hábitos y conocimientos adquiridos.
- 3.- Aprender como lograr una mayor perfección, destreza, pericia, situaciones específicas.
- 4.- Lograr mejores resultados y utilizar al máximo todos los recursos con los que se cuenta.

Dentro del curso de capacitación la motivación irá enfocada a despertar un - -

interés por:

- 1.- Desarrollar habilidades para ser un buen vendedor.
- 2.- Mejorar los métodos de trabajo.
- 3.- Manejar nuevas técnicas de ventas como medio para lograr los resultados deseados.
- 4.- Conservar y aumentar la cartera de clientes teniendo Ética Profesional.
- 5.- Desarrollar métodos creativos para encontrar clientes potenciales.

II.2.1 PROBLEMAS O SITUACIONES A LAS QUE RESPONDE

- * Falta sistematización del departamento del área de ventas además de que la Franquicia tiene 6 meses de haberse establecido en México.
- * Es necesario tener más consistencia en el entrenamiento de vendedores.
- * Hay rotación de agentes de ventas que debido a la situación crítica de la economía del País no han tenido el éxito esperado.
- * Existe dualidad de mando por parte de los socios.
- * Falta motivación personal a los vendedores.
- * Debe hacerse una minuciosa selección de vendedores.
- * Existe un ambiente envenenado por la falta de ética profesional de los vendedores de la Sociedad anterior.
- * No existe ninguna solución ideal para las empresas pero si se puede incrementar la comprensión y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo. Para que la Empresa logre y realice sus objetivos debe capacitar adecuadamente a sus vendedores tomando en cuenta sus necesidades y valores.

* Es importante que la Mueblería Ben no se limite a los cursos de capacitación que se imparten semestralmente en Carolina del Norte, sino que imparta sus propios cursos de capacitación a los vendedores en México para que logre sus objetivos.

* Esta asimilación de conceptos de servicio y calidad se podrá llevar a cabo a través de un programa de capacitación integral, bien planeado y estructurado, que considere las necesidades e intereses de los clientes, de los accionistas de la empresa y de sus empleados.

II.2.2 PROPUESTA PEDAGOGICA

Se Propone que la Empresa Ben imparta un curso de capacitación para sus vendedores en el que se traten los siguientes temas:

- I ENTRENAMIENTO INICIAL.
- II NEGOCIACION Y ESTRATEGIA DE LAS VENTAS.
- III PLANEACION, REALIZACION Y EVALUACION DE LAS VISITAS A CLIENTES.
- IV ETICA PROFESIONAL DEL VENDEDOR.

El curso de capacitación para vendedores abarca aspectos relacionados con la adquisición de conocimientos, desarrollando las habilidades y modificación de conductas específicas de los vendedores con el fin de desempeñar mejor sus funciones.

Como todo acto educativo contribuye a la mejora personal, autoestima, seguridad personal. conocimiento de sus limites. Desarrollando las potencialidades de los participantes además de coadyuvar a la mejor realización de las tareas específicas de los vendedores.

Con la capacitación se contribuye en el perfeccionamiento apoyándose en los objetivos de la empresa y participando en la aportación de beneficios que ésta brinda a la sociedad.

Para la elaboración del curso se tomó como marco de referencia las fases del proceso de capacitación de Mauro Rodríguez.¹⁸

IDENTIFICACION DEFINICION DE LAS NECESIDADES MANIFIESTAS.

DETECCION DE NECESIDADES

Para conocer las necesidades del personal del área de ventas se aplicó un cuestionario con los siguientes puntos:

En reflexión individual jerarquizar de mayor a menor importancia:

1.- * Conocimiento del producto que vende.

* Conocimiento de la competencia.

* Armonía con el personal.

* Presentación oportuna de informes.

* Conocimiento de técnica de ventas.

¹⁸ *vid. supra*, p. 17

2.-¿Como manifiesto mi actitud de servicio?

3.-¿En qué áreas necesito capacitación para poder servir mejor?

4.-Escriba la definición de Etica Profesional?

2.- DETECCION DE LAS NECESIDADES MANIFIESTAS.

NECESIDADES MANIFIESTAS

Los participantes mencionan la necesidad de actualización y capacitación sobre las colecciones de muebles que vende Ben.

Manifiestan su interés en aprender nuevas técnicas de venta.

Piden cursos de motivación.

NECESIDADES ENCUBIERTAS

* Existe resistencia al cambio.

* Mayor conocimiento de los clientes.

* Actitud de servicio al cliente.

* Actualización de negociación y técnicas de venta.

* Conocimiento del mercado.

Se sigue el método combinado utilizando la técnica de discusión en grupos a fin de obtener distintos puntos de vista, comentarios y sugerencias acerca de la capacitación.

Se llevaron a cabo entrevistas con los socios, vendedores y clientes de la empresa Ben en México para determinar el curso para vendedores.

3.-FIJACION DE OBJETIVOS A PARTIR DE LAS NECESIDADES

Los objetivos de curso se ubicaron en el dominio cognoscitivo y afectivo, se pretende que los vendedores adquieran nuevos conocimientos pero principalmente modifiquen sus actitudes frente al trabajo.

Mediante los objetivos se promueve en el individuo el desarrollo de su creatividad, proporcionándole una mayor satisfacción en su trabajo y mejores logros dentro de la empresa.

4.-ELABORACION DE UN PLAN GENERAL DE CAPACITACION

- Conocimiento de la Empresa Norteamericana.
- Total de vendedores que requieren capacitación así como la implantación de ésta para futuros vendedores.
- Recursos necesarios: didácticos y materiales (tentativos)
- Propuesta de calendarización : (tentativa).

Servir como apoyo a la metodología que facilita las actividades del educador así como vinculación de conocimientos, desarrollo de habilidades y modificación de actitudes por parte de los educandos. Sirve como complemento en la dinámica del proceso.

5.-ELABORACION DE PROGRAMAS¹⁹

Redacción de objetivos de los cursos en términos conductuales.

Se planea la finalidad del curso.

Se clasifican los objetivos en generales , particulares y específicos.

Se elige el contenido temático y se organizaron los temas.

¹⁹ *vid. infra.*, p. 71 - 73

Se escogen los recursos didácticos, la metodología, las evaluaciones, el tiempo y el lugar.

Se considera que no es conveniente saturar la información a los empleados, por lo que los cursos se simplifican en duración pero estimulan la participación de los vendedores. Los cursos tienen lugar en las propias instalaciones de la mueblería en México, procurando que los vendedores estén en contacto con su ambiente real de trabajo.

Su objetivo es facilitar al personal el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para brindar al cliente un servicio de calidad; , generar a la empresa resultados operativos mas eficientes y tengan posibilidades de incrementar sus rangos de ventas.

6.- ORGANIZACION DE LOS EVENTOS²⁰

Como parte de la planeación es importante ver a quien irá dirigido el evento de capacitación, las características generales del grupo de vendedores, como las individuales, edad, sexo, escolaridad, área y funciones de trabajo, ubicación en la estructura. Tomando en cuenta éstas características se determina el lugar y el tiempo.

²⁰ *vid. infra.*, p. 59-70

7.- EVALUACION DEL PLAN Y DE LOS PROGRAMAS²¹

El instructor debe verificar el aprendizaje comprobando lo que el alumno aprende durante el curso, así como las modificaciones del comportamiento general.

Al finalizar cada curso se aplica una evaluación de conocimientos para medir el aprendizaje teórico y la evaluación general del curso a fin de mejorar en las subsecuentes fases.

Posteriormente se llevan a cabo casos ficticios de clientes para cubrir distintos escenarios posibles de la vida real.

Finalmente se evalúa a los participantes con exámenes teórico prácticos a fin de determinar los conocimientos adquiridos. De la misma manera los participantes evalúan a los instructores y el logro de objetivos.

La evaluación es un proceso continuo y presenta la posibilidad de recibir constante retroinformación y hacer ajustes necesarios en cada curso y en el trabajo en general.

²¹ *vid. infra*, p. 74

8-. SEGUIMIENTO

El proceso de capacitación finaliza en ésta etapa. En ella se determina el logro de los objetivos de los cursos, tomando como base la fase de evaluación.

Adicionalmente se determina la aplicación de contenidos aprendidos en las mismas circunstancias donde se detectaron necesidades inicialmente. En ésta misma etapa, sabiendo que las personas siempre pueden mejorar, se detectan nuevas necesidades manifiestas y encubiertas con el fin de reiniciar nuevamente el proceso.

**CURSO DE CAPACITACION
PARA VENEDORES EN LA EMPRESA BEN**

I CAPACITACION TECNICA

CURSO DE ENTRENAMIENTO INICIAL

OBJETIVO GENERAL

- Apoyar a los vendedores de Ben en el desarrollo de su función mediante un curso de capacitación integral que proporcione los conocimientos necesarios para el logro de metas de su puesto y de la organización.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Proporcionar más elementos técnicos sobre las características propias de los muebles y de su fabricación.
- Identificar las diferencias de cada colección en cuanto a su índice de precio, estructura específica, perfil del cliente y disponibilidad de cada colección.

CONTENIDO

1.-Historia de la compañía.

2.-El producto - el mueble.

A)EBANISTERIA

-Belleza de maderas, raíces, barnices.

-Acabados

-Cuidados de las maderas

B)TAPICERIA

-Muebles tapizados en tela o piel

-Estructura y relleno

-Cuidados de las telas

3.-Diferentes estilos y diseños.

4.-Influencia Tradicional, Transicional, Contemporáneo.

5.-Características y ventajas de la línea.

6.-Posición en el mercado.

7.-Principales competidores de cada producto.

8.-El entorno.

METODOS Y TECNICAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

- * Expositiva
- * Lecturas comentadas

MATERIAL DE APOYO

- * Muebles y accesorios de exhibición.
- * Catálogos de diferentes colecciones de Ben.
- * Videograbaciones de la historia de la mueblería.
- * Audiovisuales de las diferentes colecciones de muebles.

HERRAMIENTAS DE EVALUACION

- * Evaluación escrita de conocimientos
- * Demostración de conocimientos de los productos con el contacto directo del cliente.

CAPACITACION FUNCIONAL

II NEGOCIACION DE LA VENTA ESTRATEGIAS

OBJETIVO GENERAL

Que los participantes visualicen las etapas de un operación difícil de venta y adquieran la habilidad de manejarlas una por una con seguridad y eficacia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- * Los participantes valoren la profesión de vendedor y se motivarán a un esfuerzo serio por mejorar sus habilidades, superando el mito falaz de que el buen vendedor nace.
- * Que los participantes adquieran el hábito de concebir la venta como un diálogo.
- * Que aprendan a convertir objeciones del cliente en oportunidades para demostrar, aclarar y motivar.
- * Que desarrollen su creatividad para aplicarla a discurrir y proponer alternativas a los clientes cuando las circunstancias así lo requieran.

CONTENIDO

1. Saludo bienvenida.
2. Determinación de las necesidades del cliente.
3. Presentación o propuesta de compra.
 - * Demostración del producto.
 - * Creación del deseo de comprar.
4. Expresión de las resistencias u objeciones.
 - * Respuesta a las objeciones.
5. Búsqueda de alternativas.
6. Manejo final de descuentos.
- 7 El cierre de la venta.
- 8 La postventa.

MATERIAL DE APOYO

- * Tarjeta de registro al cliente.
- * Guía para planear y preparar la visita.
- * Material audiovisual “El reto de las objeciones”

METODO Y TECNICAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

- * Role playing - formar parejas Uno será el comprador y otro el vendedor.
- * Lluvia de ideas. Reportar un diálogo de ventas que hayan tenido recientemente. Intercambio de opiniones y experiencia sobre el tema.

III PLANEACION, REALIZACION Y EVALUACION DE LAS VISITAS A CLIENTES

OBJETIVO

Como resultado de la capacitación que los vendedores posean los conocimientos y las destrezas de ventas necesarias para manejar adecuadamente sus visitas de promoción.

Contenido.

1. La planeación de las visitas a los clientes.
2. Realización de las visitas a los clientes.
3. Evaluación de las visitas a los clientes.

TECNICAS DE ENSEÑANZA

Técnica de los diez pasos de la capacitación en el trabajo, tomando como marco de referencia a John Lidstone.²²

²² LIDSTONE, J., *op. cit.* p. 164-165

ANTES DE CADA VISITA

Paso 1 Estudiar la tarjeta de registro del cliente.

¿Cuándo se hizo la última visita?

¿Cuáles productos se presentaron?

¿Cuáles objeciones surgieron?

¿Cuáles productos se vendieron?

¿Cuáles no se vendieron?

¿Qué información se obtuvo?

¿De qué información se careció?

Paso 2 Ayudarle al vendedor a planear y preparar la visita.

¿Cuáles son los objetivos de la visita?

¿Cuáles son las necesidades del cliente?

¿Qué productos se deben presentar y en qué orden?

¿Cómo se abrirá la visita?

¿Cuáles ayudas de ventas se utilizarán?

¿Cuáles beneficios se mencionarán y en qué orden?

¿Qué hechos se utilizarán para sustentar y probar dichos beneficios?

¿Qué preguntas se harán para determinar si el cliente está de acuerdo?

¿Cuáles son las objeciones probables y cómo se manejarán?

¿Cómo se cerrará la visita?

Paso 3 Garantizar que el vendedor comprenda y acepte el plan de la visita.

Si es preciso ensayar cualquier aspecto de la visita las técnicas para abrir o cerrar la entrevista, o la forma de responder a alguna objeción particular.

Paso 4 Establecer el papel que el Gerente asumirá durante la visita.

El vendedor debe saber si el Gerente observará toda la visita o si se concentrará únicamente en una parte específica. Si es sólo una parte habrá que determinar cuál. No hay que olvidar el peligro de las intervenciones no planeadas.

DURANTE LA VISITA

Paso 5 Observar y escuchar

Mirar al vendedor y no al cliente

Evitar las interpretaciones no planeadas

Anotar los cambios con respecto al plan acordado

¿Cuáles fueron las razones de esos cambios?

¿Qué efecto tuvieron sobre el resultado de la visita?

¿Corresponde la situación comercial a lo descrito por el vendedor?

¿Se logró el objetivo de la visita?

¿Qué fallas hay en la presentación?

¿En qué mejoró con respecto a la última visita?

¿Qué está haciendo bien?

DESPUES DE LA VISITA

Paso 6 Analizar el desempeño del vendedor durante la visita. Seguir una secuencia "conversación en la acera"

Destacar primero, una por una, las cosas que el vendedor haya hecho bien.

Hacer preguntas al vendedor para ayudarlo a identificar las fallas, si las hubo.

Si no las reconoce ayudarlo a verlas.

Llegar a un acuerdo con él.

Mostrarle cómo corregir las fallas por medio de práctica o demostración.

Paso 7 Ayudarle al vendedor a llenar la tarjeta de registro del cliente.

Poner el ejemplo asegurándose de que esto se haga inmediatamente después de la visita, y persuadir al vendedor acerca de la ventaja de contar con información precisa sobre el cliente para la próxima visita.

Paso 8 Fijar objetivos concretos para la próxima visita a ese cliente.

Paso 9 Asegurarse de que estos objetivos sean anotados por el vendedor.

Lo más probable es que el vendedor esté solo en su próxima visita al cliente.

Paso 10 Fijar y acordar una fecha específica para verificar el progreso.

¿La visita siguiente?

¿Al día siguiente?

¿La semana siguiente?

¿En dos semanas?

Material de apoyo.

Tarjeta de Registro del Cliente.

Guía para planear y preparar la visita.

Herramienta de Evaluación.

Guía escrita de evaluación del Asistente para la visita.

IV ETICA PROFESIONAL DEL VENDEDOR

OBJETIVO GENERAL

* Que los participantes reflexionen sobre los principios que los guían en su actitud de ventas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

* Que los participantes identifiquen diferentes aspectos de la compraventa en los que entran en juego temas de moralidad.

* Que queden motivados para mantenerse en la altura del profesional y del servicio y para resistir las tentaciones de la corrupción.

* Que los participantes enfoquen la superación del vendedor en una forma amplia, que incluya no solo la dimensión económica, sino también la dimensión psicosocial ética.

* Los participantes se concreten de que en la sociedad moderna las ventas cumplen una función que afecta a todos los ciudadanos y es primordial y decisiva para el equilibrio moral, económico y político.

CONTENIDO

Las principales normas de ética son de sentido común.

- * No engañar al cliente.
- * Identificación con la Empresa.
- * Solidaridad con los colegas.
- * Conocimiento adecuado del producto y servicio que ofrece.
- * Juego limpio con el cliente.
- * Discreción y respeto de los secretos internos de la Empresa.
- * Respeto a la competencia.
- * Seriedad en las promesas a los clientes.
- * Asistencia al comprador para que use adecuadamente el producto.
- * Actitud de servicio al cliente.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

- * Exposición.
- * Dramatización.
- * Lluvia de ideas.

MATERIAL DE APOYO

- * Rotafolio
- * Monitor
- * Videocasetera * Película.

MUEBLES BEN

ENTRENAMIENTO INICIAL

CAPACITACION TECNICA	DURACION	LOCAL
Facilitador Director Decorador	5 Días consecutivos	Mueblería BEN en México
PARTICIPANTES:	HORARIO:	COSTO
4 Vendedores 2 Agente de Ventas 1 Coordinador del área de ventas	De Lunes a Viernes De 8:00 a 11:00 A.M. De 8:00 a 9:00 P.M.	Ninguno

PLANEACION, ORGANIZACION Y EVALUACION DE LOS EVENTOS

CAPACITACION TECNICA	DURACION	LOCAL
Facilitador Coordinador del área de ventas	3 SEMANAS	Mueblería Ben
PARTICIPANTES	HORARIO	COSTO
Agentes de ventas y vendedores Total 7 personas	De Lunes a Viernes De 11:00 a 2:00 P.M. De 4:00 a 7:00 P.M.	Sólo el catalogo de muebles Ben se le vende al agente

PLAN DE SESION

CURSO: NEGOCIACION DE LA VENTA-ESTRATEGIAS

OBJETIVO GENERAL. Los participantes visualicen las etapas de una operación difícil de venta y la habilidad de manejarlas una por una con seguridad y eficacia.

LUGAR: Area de eventos de la mueblería BEN en México.

DURACION : 3 horas.

HORARIO : Domingo de 9:a.m. a 12. 00 p.m.

PARTICIPANTES: 7 personas

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	METODOLOGIA	MATERIAL DIDACTICO	EVALUACION	TIEMPO
Que los participantes adquieran el hábito de concebir la venta como un diálogo.	Determinar las necesidades del cliente.	Expositiva Mesa Redonda	Pizarrón Videocasetera Monitor	Participativa Por evaluación.	15' 35'
Que los participantes aprendan a convertir las objeciones del cliente en oportunidades para demostrar, aclarar y motivar.	Psicología de la conversación. Expresión de las resistencias - Objeciones. Respuesta a las objeciones .	Expositiva Dinámica Vivencial Discusión	Rotafolio Nota técnica caso impreso Solución de casos Trabajo individual y de grupo.	Aportaciones personales Resolución de casos .	30' 30'
Los participantes desarrollarán su creatividad para aplicarla a discursir y proponer alternativas a los clientes.	Búsqueda de - alternativas para objeciones Cierre de la venta	Expositiva Dramatización	Retroproyector Acetatos Juego de roles	Participativa Recapitulación del día .	20' 20'

PLAN DE SESION

CURSO: ETICA PROFESIONAL DEL VENDEDOR

OBJETIVO GENERAL: Que los participantes reflexionen sobre los principios que los guían en su actividad.

LUGAR: Area de eventos de la mueblería BEN en México.

DURACION: 4 horas

HORARIO: Domingo de 12.15 horas a 16.15 horas

PARTICIPANTES: 7 personas

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	METODOLOGIA	MATERIAL DIDACTICO	EVALUACION	TIEMPO
Identificar al instructor y a los compañeros.	Presentación del instructor y de cada participante	Diálogo simultáneo	Papel y lápiz	Presentación del compañero	25'
Realizar dinámicas de grupo.	El objetivo y las expectativas de los participantes	Lluvia de ideas	Rotafolio Retroproyector	Conocer sus perspectivas dentro de la empresa.	25'
Los participantes identificarán los diferentes aspectos de la compraventa en los que entran en juego temas de moralidad.	Las principales normas de ética profesional	Expositiva Dinámica Vivencial y solución de casos.	Casos impresos Pizarra Papel y lápiz	Aportaciones personales. Contestar por escrito las preguntas.	35' 25'
D E S C A N S O					20'
COMIDA					60'
Que los participantes valoren la importancia de mantenerse a la altura del profesionalismo y del servicio para resistir las tentaciones de la corrupción	El vendedor y la ética profesional	Expositiva y taller de trabajo	Pizarra Acetatos Diagramas de flujo	Plan de trabajo Compromisos individuales Recapitulación del día	50'

EVALUACION

ENTRENAMIENTO INICIAL

- Conocimiento del producto, precios y programas de la compañía.
- Técnica de ventas, presentación general, habilidad para pedidos y habilidad para cerrar y vender.
- Se fijan objetivos para cada visita.
- Manejo de las obligaciones.
- Planea y organiza el trabajo utilizando sabiamente el tiempo.
- Siente entusiasmo por su trabajo.

Le permite al vendedor autoevaluarse mediante la identificación de sus propios puntos débiles y luego autocapacitarse y solicitar ayuda en esas áreas.

TECNICAS DE VENTAS

- Hace una buena presentación del producto y trata de cerrar la venta en cada visita.
- Se fijan objetivos para cada visita, puede manejar las obligaciones y convertirlas en argumentos de venta.
- Planea y organiza el trabajo y utiliza sabiamente el tiempo.
- Mantiene apropiadamente los registros e historiales de los clientes, es evidente en el detalle y en el seguimiento.
- Aprovecha al máximo la jornada de trabajo.
- Trabaja con un mínimo de supervisión.
- Actitud para aceptar la crítica constructiva y para aplicarla.

VISITAS

- ¿Se preparó la visita?
- ¿Se programaron y verificaron las ayudas de ventas?
- ¿Se reconocieron las objeciones?
- ¿Se formularon las preguntas de prueba?
- ¿Se reconocieron las señales de compra?
- ¿Hizo el cliente el pedido?

II.3 REFLEXIONES SOBRE LA DISCIPLINA EN LA QUE SE INSCRIBE LA PRACTICA PROFESIONAL

Por medio de mi desarrollo en el área empresarial durante 9 años he podido confirmar que la educación es un proceso humano integral y permanente por lo que no termina ni en la familia, ni en la escuela, sino que se extiende a todos los ámbitos del trabajo a lo largo de la vida.

Las actividades que se llevan a cabo en el proceso de Capacitación con la experiencia académica tienen relación con docencia, investigación y difusión de la cultura, cada uno con diferentes impactos.

La docencia brinda las herramientas necesarias para lograr los objetivos de enseñanza-aprendizaje de la empresa Ben, dirigida concretamente a la capacitación de vendedores.

En la ejecución de la instrucción, las actividades de un educador dedicado a la capacitación son primordialmente de docencia. Se aboca a su objeto de estudio: aprender, desarrollar y aplicar los elementos necesarios para el ejercicio de su trabajo "La didáctica".

En la docencia se incluye la intencionalidad que puede existir al llevar a cabo el proceso enseñanza-aprendizaje.

Con el propósito de optimizar los procesos formativos promoviendo un aprendizaje activo y lograr una mejora sustancial, las actividades de docencia deben cumplir con los siguientes requisitos:

Analizar los 7 elementos de la didáctica para saber.

- * Quién
- * Qué
- * Para qué
- * Cómo
- * Con qué
- * Cuándo
- * Dónde

Contemplar los **4 momentos** del proceso enseñanza-aprendizaje:

- * Diagnosticar las necesidades de capacitación y el nivel actual de conocimiento.
- * Planear las actividades formativas.
- * Realizar los cursos o seminarios de acuerdo con los objetivos trazados.
- * Evaluar los resultados alcanzados y planear las actividades consecuentes.

La investigación es un apoyo vital en el desarrollo profesional, continuamente surgen problemas en las labores cotidianas y hay que documentarse bibliográficamente para analizar la forma de resolverlos.

La investigación es requerida en el aprendizaje en la resolución de problemas, va unida al pensamiento reflexivo para lograr mejores resultados.

Este factor puede desarrollarse mediante la ejercitación a través del material de experimentación, realizando actividades, participando en entrevistas ó por medio de materiales audiovisuales desarrollando la capacidad de observación.

En la detección de necesidades de capacitación, se llevan a cabo actividades de investigación, se utilizaron documentos de la institución para obtener información. descripción de puestos, inventarios de recursos humanos aunado a una investigación descriptiva de la observación del desempeño laboral y los conocimientos necesarios del puesto.

La práctica de un pedagogo en la empresa tiene la responsabilidad de difundir la cultura en la sociedad; contribuyendo en el desarrollo y progreso de la misma, comienza con la empresa y termina con la sociedad en general. La interrelación del arte con la historia contribuyen a esta difusión.

Las tendencias del mercado a acondicionar sus casas e invertir en algo que hable de su personalidad , status y comodidad.

El curso de capacitación para vendedores de la empresa Ben al ser una acción educativa se promueve la mejora personal y el perfeccionamiento de los miembros que integran la sociedad y elevan su calidad de vida.

Así mismo el pedagogo podrá colaborar en los medios de comunicación social, TV, y edición de revistas dando asesoría en la planeación, realización y evaluación de estos eventos.

III COROLARIO

III COROLARIO

III.1 EVALUACION

El presente informe se desarrollo de una manera sistematizada siguiendo un procedimiento lógico utilizando los recursos necesarios.

Es primordial ser un buen observador para diagnosticar las necesidades de la empresa y después planear, realizar y evaluar el proceso de enseñanza aprendizaje para poder dar seguimiento a las acciones propuestas y tener una retroinformación.

El haber elegido el área de capacitación y en concreto implantar un curso de capacitación para vendedores es fundamental en el ámbito empresarial para lograr el desarrollo y perfeccionamiento del hombre siendo vital la presencia del pedagogo en el diseño de cursos, seminarios y programas educativos.

Lograr estimular, integrar y retener al personal en un ambiente estable de participación y compromiso con lo que será un empresa sólida y efectiva.

Se colaboró en la sistematización de toda la información que estaba dispersa; se reestructuró el organigrama, se analizaron los puestos y especificaron las funciones.

El convencer a los socios sobre la importancia de la formación del personal al iniciar una nueva empresa.

Una franquicia no se puede adoptar sin tomar en cuenta la diferencia de culturas.

ALCANCES

Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de las personas dentro de la empresa y por ende a la mejora de la empresa.

Al haber conocido los procesos de cambio de la empresa nacional a la franquicia americana se pueden aprovechar todos los aspectos positivos enriqueciendo la nueva empresa y evitando caer en los mismos errores por los que no tuvo éxito final la anterior.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Laborar durante 3 años en el puesto de vendedor facilita la preparación del curso de capacitación ya que se conoce el perfil y las funciones del vendedor.

El curso de capacitación se puede aplicar en empresas muebleras tanto a los vendedores de piso como a los agentes de ventas que forman parte de la misma para lograr su objetivo general.

LIMITACIONES

El no atender directamente el área de reclutamiento y selección de personal limita el logro de los objetivos porque aunque se de una excelente capacitación si la persona que ocupa el puesto no tiene el perfil será difícil lograr el éxito.

La necesidad de depender de los socios para llevar a cabo la capacitación.

El asignar prioridades a otros asuntos antes que a la capacitación.

III.2 APARATO CRITICO

La preparación del informe académico fue una tarea enriquecedora en mi vida profesional, de esta manera tuve la oportunidad de actualizarme en todas las áreas de la carrera de Pedagogía.

Reconoci la importancia que juega el papel del pedagogo en la empresa; se le han abierto campos muy diversos para su aplicación. Se le han confiado funciones como reclutamiento y selección, inducción de personal, detección de necesidades, de capacitación, diseño, aplicación y evaluación de programas de capacitación y desarrollo, planeación organizacional y desarrollo organizacional.

Asimismo tuve la oportunidad de confirmar la responsabilidad que tiene el pedagogo de participar de manera significativa en el logro y la realización de las metas de los individuos y de la empresa. Pienso que la mueblería Ben debe traducir en beneficios los cursos de capacitación y de esta manera hacer rentable todo aquello que aplique como factor de sus necesidades.

Todo lo que se refiera a docencia me enriquece debido a que estoy en un proceso de enseñanza-aprendizaje que me retroinforma.

La elaboración del presente informe me ayudo a valorar mi trabajo profesional y a investigar más sobre el área empresarial que es donde me estoy desarrollando.

Es necesario crearme una mente de investigador continuo porque soy el eslabón en la cadena de producto, vendedor, cliente.

El haberme decidido a concluir mis estudios en la Licenciatura de Pedagogía me enorgullece porque ya no cargaré más la lápida de no haberme titulado y esto me motivará a buscar nuevos horizontes.

CONCLUSIONES

* Con este curso los vendedores podrán valorar su profesión y se motivarán a mejorar sus habilidades superando el mito falaz de que el vendedor nace.

* Que los vendedores tomen conciencia de que en la sociedad moderna las ventas cumplen una función que afecta a todos los ciudadanos y es primordial y decisiva para el equilibrio económico y político.

* Que los vendedores tengan una superación personal en una forma integral que incluya no solo la dimensión económica sino también la psicosocial y moral.

* Para una persona conciente, responsable y con fuerte motivación de logro es un campo en donde hay siempre algo que aprender.

* La superación suele ser la perspectiva de ganar más dinero. Lo económico no agota el tema. La superación consiste en dar mejores servicios y en ser más como persona y como ciudadano.

BIBLIOGRAFIA

BASICA

ARIAS GALICIA, Fernando.
Administración de los Recursos Humanos
Editorial Trillas,
México, 1979.
536 p.

LIDSTONE, John.
Capacitación de vendedores
Editorial Norma,
Colombia, 1986
274 p.

MATTOS A. Luiz.
Compendio de Didáctica General
Editorial Kapelusz,
Buenos Aires 1960.
43 p.

NERICI, Imideo G.
Hacia una didáctica general dinámica
Traducido por J.Ricardo Nervi
Editorial Kapelusz,
Buenos Aires, 1977.
541 p.

REYES PONCE , Agustín.
Administración de Empresas Primera y Segunda Parte
Editorial Limusa,
México, 1972-73.
392 p.

SILICEO, Alfonso.
Capacitación y Desarrollo de Personal
Editorial Limusa. 1982.
127 p.

COMPLEMETARIA

CRAIG, Robert. et. al.
Manual de entrenamiento y desarrollo de personal
Editorial Diana.
México, 1987.
687 p.

CHAVARRIA Marcela. y Villalobos, Marveya.
Orientaciones para la elaboración y presentación de Tesis de Pedagogía
México D.F., 1989.
115 p.

MELENDO, Tomas.
Las claves de la eficacia empresarial
Ediciones Rialp,
Madrid 1a. edición 1990.
188 p.

RODRIGUEZ ESTRADA, Mauro, et. al.
Administración de la Capacitación
Editorial Mc. Graw Hill,
México D.F. 1991.
123 p.

GUZMAN VALDIVIA, Isaac.
Humanismo Trascendental y Desarrollo
Editorial Limusa,
México, 1985.
181 p.

MORSE C. William, et. al.
Psicología Aplicada
Editorial Pax,
México, 1970.
459 p.

REYES PONCE, Agustín.
El análisis de puestos
Editorial Limusa,
México, 1992.
94 p.

ANEXO

TESIS SIN PAGINACION

COMPLETA LA INFORMACION

CONTROL DE APRENDIZAJE: ENTRENAMIENTO INICIAL

VENDEDOR _____ FECHA: DEL _____ AL _____ (HOJA 1)

CONCEPTOS	DÍA 1			DÍA 2			DÍA 3			DÍA 4			DÍA 5		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
	1. Historia de la compañía														
2. Los productos:															
— Usos															
— Tamaños															
— Empaquetado															
— Precios															
3. Normas:															
— De ventas:															
• Volúmenes															
• Mínimos															
• Descuentos															
• Ofertas															
— De crédito															
• Términos															
• Descuentos															

FALLA DE ORIGEN

Decorative Details

Carvings



Acanthus Leaf



Shell



Rosette



Cartouche



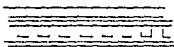
Wheat



Fleur d'lis



Chinese Fretwork



Dental Molding



Egg & Dart Molding

Inlays



Fan



Oval



Line Inlay



Border



Chinoiserie

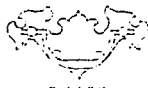
Hardware



Hepplewhite



Formal French



English Bail



Drop Pull



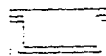
Oriental



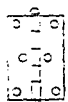
Colonial



Knobs



Campaign



Exposed Hinge



Pulls



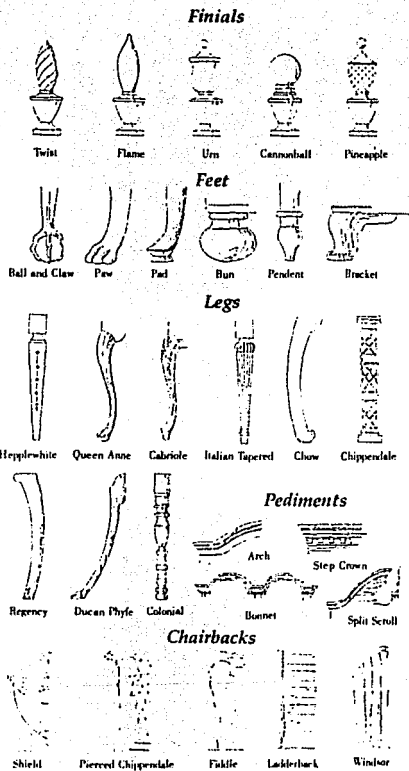
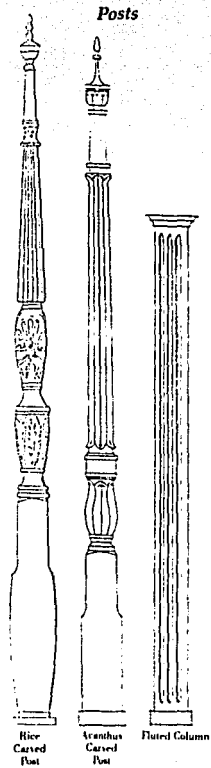
Escutcheon (keyhole)



Ornate

FALLA DE ORIGEN

Decorative Elements

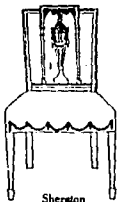


FALLA DE ORIGEN

18th Century Design Influences



Goddard



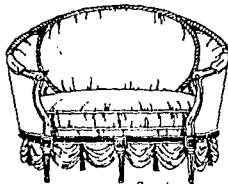
Sherston



William & Mary



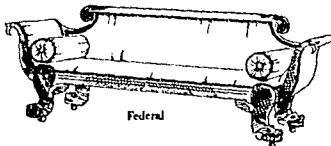
Queen Anne



Georgian



Adam



Federal



Duncan Phyfe



Victorian Sofa

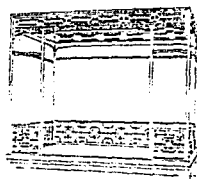
FALLA DE ORIGEN

18th Century English

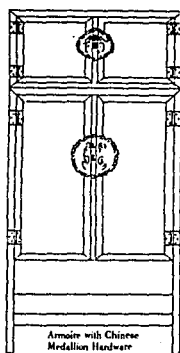


FALLA DE ORIGEN

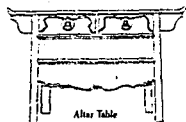
The Far East



Carved Canopy Bed
with Claw Feet



Armchair with Chinese
Medallion Hardware



Altar Table

FALLA DE ORIGEN

Transitional



FALLA DE ORIGEN

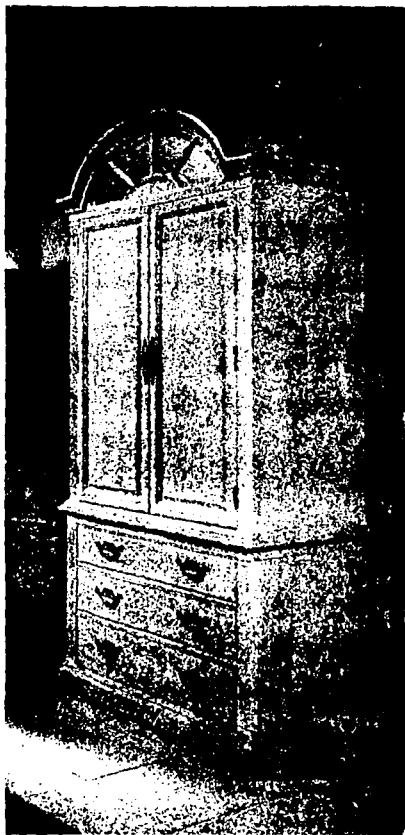
Oriental



Honshu
Bak
Chair

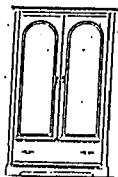
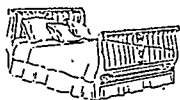
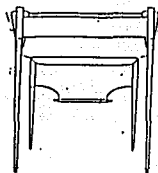
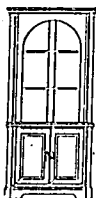
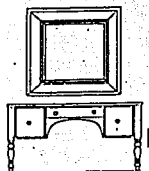
FALLA DE ORIGEN

Contemporary Design



FALLA DE ORIGEN

AMERICAN HOME COLLECTION



FALLA DE ORIGEN

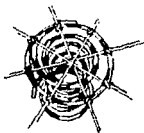
The Beauty of Woods and Veneers



Veneer Bonded To Core



Flat Cut Veneer Showing

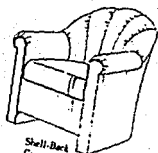


Eight-Way Hand-Tied

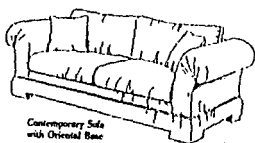


Contemporary Sofa
with Oriental Base

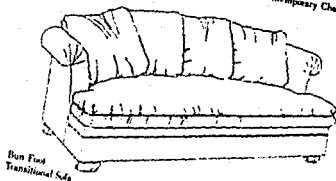
Quality Features • Upholstery



Shell-Back
Contemporary Chair



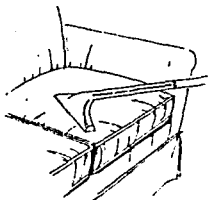
Contemporary Sofa
with Oriental Base



Bun Foot
Transitional Sofa

FALLA DE ORIGEN

A Word About Furniture Care



Vacuum Weekly

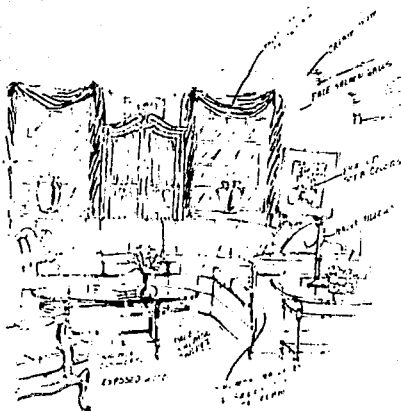


Rub in Wood Grain Direction



Hand-Holding Process

Selecting Color

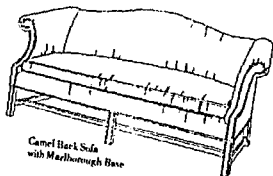


FALLA DE ORIGEN

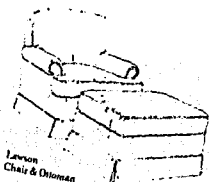
Traditional Upholstery



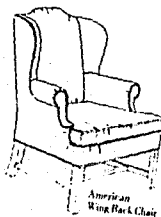
Louis XVI
Chair



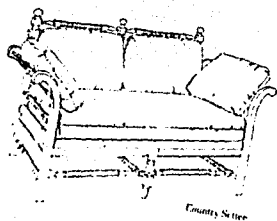
Camel Back Sofa
with Marlborough Base



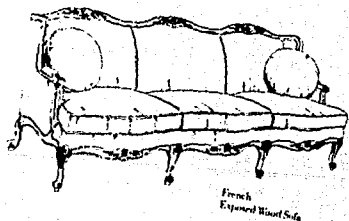
Lawson
Chair & Ottoman



American
Wing Back Chair



County Settee



French
Exposed Wood Sofa

FALLA DE ORIGEN

SEAT
PLEASER®

12 GA. OIL TEMP. BORDER WIRE
WRAPPED WITH KRAFT PAPER

13 OR 13½ GA. DOUBLE CONE 4 TURN
COIL SPRINGS, 3" DIA. X 3" HIGH.

HARTCO V-CLIP.

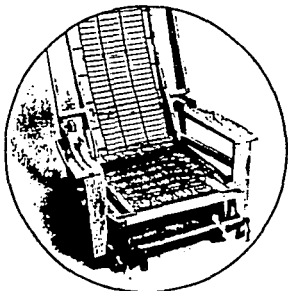
9 GA. HD. DRAWN BORDER & BRACE WIRE

HELICAL SUSPENSION, 11 GA. X 11 OR 15
TURN. (2.18 OR 2.75 LONG)

12 GA. HANGER.

OIL TEMPERED SPRING WIRE 18 GA.

PLASTEEL® CROSS SUPPORTS.
(17 GA. OIL TEMP. WIRE EXTRUDED IN POLYETHYLENE)

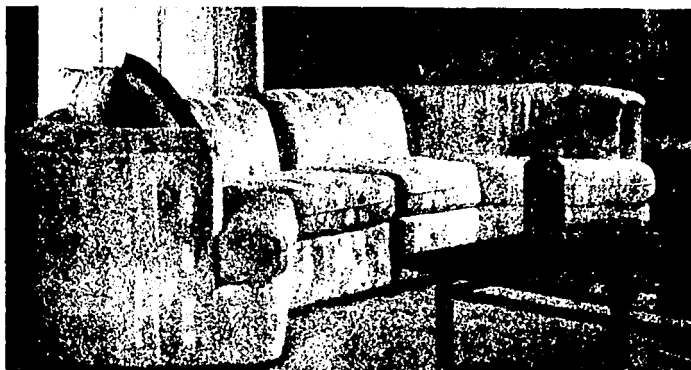


NOTE: FRONT BORDER IS STAPLED OR CLIPPED TO FRONT RAIL.

		TOLERANCES (EXCEPT AS NOTED)		Flex-O-Lators, Inc. CANTON, OHIO			
		NET WT # 1 # 2					
DATE	BY	DESIGN	RECORD	INCH # 1 # 2	TREATMENT AND FINISH	SCALE	EXTRA
MATERIAL				COLORS	DATE	DRAWING NUMBER	
						APPROVED	

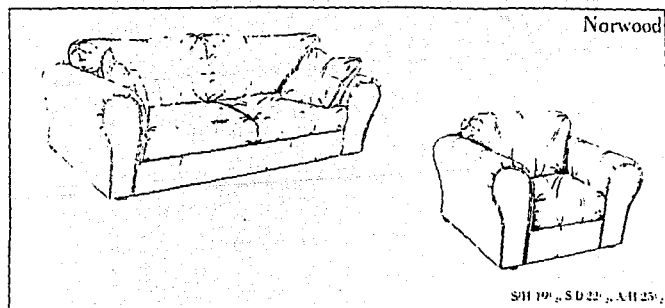
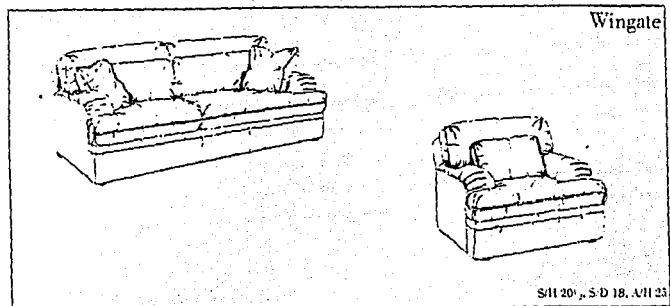
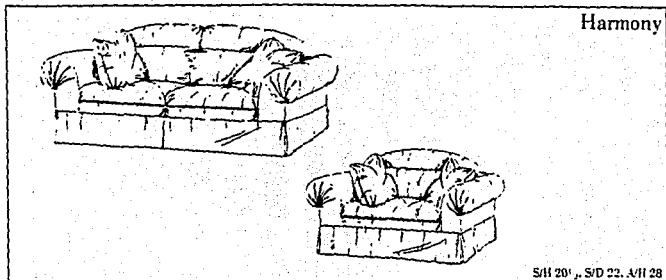
FALLA DE ORIGEN

S H E L T E R



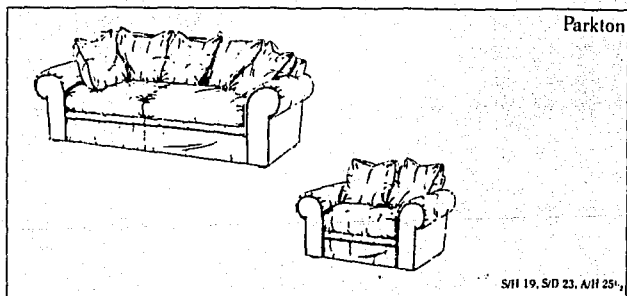
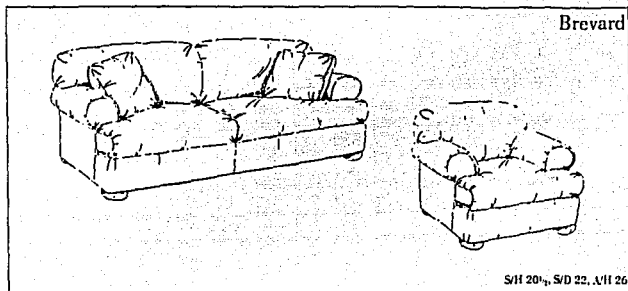
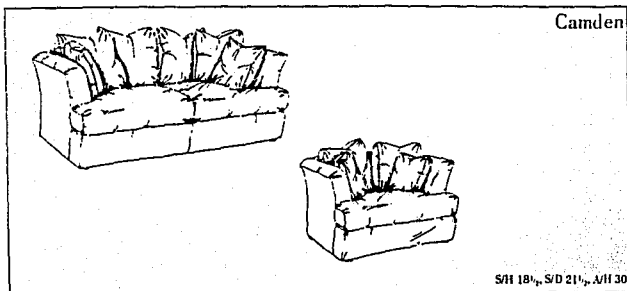
FALLA DE ORIGEN

S H E L T E R



FALLA DE ORIGEN

SHELTER



FALLA DE ORIGEN

CONTROL DE APRENDIZAJE: ENTRENAMIENTO INICIAL															
VENDEDOR	FECHA: DEL			AL			(HOJA 1)								
4 Pasos de la venta.															
— Preparación															
— Acercamiento															
— Chequeo de existencias															
— Planeamiento															
— Presentación															
CONCEPTOS	DÍA 1			DÍA 2			DÍA 3			DÍA 4			DÍA 5		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
— Cierre															
— Cobro															
— Registros															
5. Uso de ayudas de ventas															
—															
—															
—															
—															
—															
6 Trabajo administrativo															

CLAVE. A BIEN É REGULAR C DEFICIENTE FIRMA _____

FALLA DE ORIGEN

NEGOCIACION DE LA VENTA ESTRATEGIAS

