



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CAPACITACIÓN Y CIERRE FINAL DE LAS VENTAS DE LOS
PRODUCTOS DE LA EMPRESA LOREAL PERÚ S.A. EN LA CIUDAD
DE LIMA DURANTE EL AÑO 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

JOSELVI VILLACORTA TUESTA

ASESORA:

MGTR. MARIBEL RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA - PERÚ

2014

JURADO

Presidente : Dra. GRISI BERNARDO SANTIAGO

Secretario : Mgtr. ÍTALO ORIHUELA ORÉ

Vocal : Mgtr. MIGUEL RENTERÍA ÁNGELES

DEDICATORIA

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño está tesis se las dedico a ustedes:

Papá, que desde cielo me cuidas

Mamá, mi bendita compañía

Mi esposo, por remplazarme los domingos como mamá.

Mis dos hijas, mi motor y motivo.

AGRADECIMIENTO

Esta tesis es el resultado del esfuerzo conjunto de todos. Por esto agradezco a Dios, a la Universidad y todos mis asesores quienes a lo largo de este tiempo me han enseñado y transmitido sus conocimientos para elaborar esta tesis y a toda mi familia.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Joselvi Villacorta Tuesta, con D.N.I .Nº 10444805, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias Empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 14 de junio del 2014

.....
Joselvi Villacorta Tuesta

D.N.I . 10444805

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada CAPACITACIÓN Y CIERRE FINAL DE LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA LOREAL PERÚ S.A. EN LA CIUDAD DE LIMA DURANTE EL AÑO 2014 con la finalidad de establecer la relación entre la capacitación de los dependientes en los salones de belleza con el cierre final de las ventas de los productos de la empresa Loreal Perú S.A. en la ciudad de Lima. Durante el año 2014, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Joselvi Villacorta Tuesta

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| Página del Jurado | II |
| Dedicatoria | III |
| Agradecimiento | IV |
| Declaratoria de autenticidad | V |
| Presentación | VI |
| Índice | VIII |
| Resumen | XIV |
| Abstract | XV |
| | |
| I. Introducción | 17 |
| 1.1. Problema | 34 |
| 1.2. Hipótesis | 35 |
| 1.3. Objetivos | 37 |
| II. Marco metodológico | 38 |
| 2.1. Variables | 38 |
| 2.2. Operacionalización de las variables | 38 |
| 2.3. Metodología | 39 |
| 2.4. Tipo de estudio | 39 |
| 2.5. Diseño | 40 |
| 2.6. Población, muestra y muestreo | 40 |
| 2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 40 |
| 2.8. Métodos de análisis de datos | 43 |
| III. Resultados | 44 |
| IV. Discusión | 99 |
| V. Conclusiones | 103 |
| VI. Recomendaciones | 105 |
| VII. Referencias bibliográficas | 107 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Capacitación según ventas de los dependientes de Montalvo Perú 2014..... | 45 |
| Tabla 2. Inducción según ventas de los dependientes de Montalvo Perú 2014..... | 46 |
| Tabla 3. Desarrollo de habilidades según ventas de los dependientes de Montalvo Perú 2014 | 47 |
| Tabla 4. Desarrollo de actitudes según ventas de los dependientes de Montalvo Perú | 48 |
| Tabla 5. Desarrollo de conceptos según ventas de los dependientes de Montalvo Perú | 49 |
| Tabla 6. La rotación del personal se reduce si se realiza la inducción adecuada en los vendedores de productos de la empresa Loreal Perú S.A | 50 |
| Tabla 7. El compromiso del vendedor está influenciado por la inducción | 51 |
| Tabla 8. La implementación de un programa de inducción adecuada reduciría los costos de reclutamiento. | 52 |
| Tabla 9. La inducción facilita el conocimiento de los vendedores de la empresa Loreal Perú S.A. | 53 |
| Tabla 10. La inducción adecuada proporciona el conocimiento de las funciones y políticas de los vendedores. | 54 |
| Tabla 11. El desarrollo de habilidades facilita al vendedor a solucionar los problemas dentro de la negociación. | 55 |
| Tabla 12. El desarrollo de habilidades facilita al vendedor a solucionar los conflictos dentro de la negociación. | 56 |
| Tabla 13. El desarrollo de habilidades ayuda a mejorar la toma de decisiones de los vendedores de la empresa Loreal Perú S.A. | 57 |
| Tabla 14. Los nuevos vendedores podrán tomar mejores decisiones luego de la capacitación. | 58 |
| Tabla 15. La capacitación brindará los conocimientos adecuados para los vendedores..... | 59 |
| Tabla 16. La capacitación permitirá conocer las habilidades de los nuevos vendedores..... | 60 |
| Tabla 17. La evaluación de los resultados de la capacitación permitirá un conocimiento efectivo de la jefatura de ventas | 61 |

| | |
|--|----|
| Tabla 18. El desarrollo de actitudes brindará motivación al vendedor para trabajar con empeño | 62 |
| Tabla 19. Los nuevos vendedores encuentran la capacitación motivadora | 63 |
| Tabla 20. Los nuevos vendedores se relacionan con los clientes satisfactoriamente. | 64 |
| Tabla 21. La jefatura de ventas se preocupa de los intereses de los nuevos vendedores. | 65 |
| Tabla 22. La jefatura de ventas colabora con los nuevos vendedores cuando estos tienen problemas. | 66 |
| Tabla 23. El nuevo vendedor adquiere nuevos hábitos luego de la capacitación | 67 |
| Tabla 24. El nuevo vendedor adquiere nuevas actitudes luego de la capacitación..... | 68 |
| Tabla 25. El nuevo vendedor adquiere capacidad de abstracción luego de la capacitación. | 69 |
| Tabla 26. Luego de la capacitación el nuevo vendedor aporta ideas | 70 |
| Tabla 27. Respuesta de los dependientes de Montalvo Perú 2014. | 71 |
| Tabla 28. Los conceptos de la administración son aplicados en la capacitación | 72 |
| Tabla 29. La aplicación de los nuevos conceptos de la administración en la práctica son establecidos en la capacitación..... | 73 |
| Tabla 30. Los cambios tecnológicos afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A. | 74 |
| Tabla 31. La empresa utiliza la nueva tecnología en las ventas de sus productos. | 75 |
| Tabla 32. Los factores sociales afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A | 76 |
| Tabla 33. La empresa toma en cuenta los factores sociales para incrementar sus ventas | 77 |
| Tabla 34. Los factores culturales afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A ... | 78 |
| Tabla 35. La empresa toma en cuenta los factores culturales para incrementar sus ventas | 79 |
| Tabla 36. La empresa toma en cuenta los factores políticos para incrementar sus ventas. | 80 |
| Tabla 37. La empresa toma en cuenta los factores legislativos para incrementar sus ventas. | 81 |
| Tabla 38. La empresa toma en cuenta los factores económicos para incrementar sus ventas | 82 |
| Tabla 39. La empresa toma en cuenta los factores ecológicos para incrementar sus ventas. | 83 |
| Tabla 40. La empresa presenta una cultura dirigida a fomentar las ventas de sus productos. | 84 |
| Tabla 41. La cultura de la empresa es promovida por la gerencia de manera constante. | 85 |

| | |
|--|----|
| Tabla 42. La organización está establecida a favor del incremento de las ventas..... | 86 |
| Tabla 43. Los vendedores son una pieza fundamental para la organización..... | 87 |
| Tabla 44. El estilo de los gerentes motiva a los vendedores..... | 88 |
| Tabla 45. Los gerentes a través de su estilo promueven el incremento de las ventas..... | 89 |
| Tabla 46. La profesionalidad de los gerentes promueve al incremento de las ventas..... | 90 |
| Tabla 47. Los gerentes a través de su profesionalismo motivan a los vendedores..... | 91 |
| Tabla 48. El mix de marketing es usado constantemente por la jefatura de ventas..... | 92 |
| Tabla 49. Las diversas herramientas de marketing son usadas por los vendedores para lograr sus objetivos. | 93 |
| Tabla 50. Hipótesis General | 94 |
| Tabla 51. Hipótesis Específica 01 | 95 |
| Tabla 52. Hipótesis Específica 02 | 96 |
| Tabla 53. Hipótesis Específica 03 | 97 |
| Tabla 54. Hipótesis Específica 04 | 98 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. La rotación del personal se reduce si se realiza la inducción adecuada en los vendedores de productos de la empresa Loreal Perú S.A. | 50 |
| Figura 2 .El compromiso del vendedor está influenciado por la inducción | 51 |
| Figura 3. La implementación de un programa de inducción adecuada reduciría los costos de reclutamiento. | 52 |
| Figura 4. La inducción facilita el conocimiento de los vendedores de la empresa Loreal Perú S.A. | 53 |
| Figura 5. La inducción adecuada proporciona el conocimiento de las funciones y políticas de los vendedores. | 54 |
| Figura 6. El desarrollo de habilidades facilita al vendedor a solucionar los problemas dentro de la negociación. | 55 |
| Figura 7. El desarrollo de habilidades facilita al vendedor a solucionar los conflictos dentro de la negociación | 56 |
| Figura 8. El desarrollo de habilidades ayuda a mejorar la toma de decisiones de los vendedores de la empresa Loreal Perú S.A | 57 |
| Figura 9. Los nuevos vendedores podrán tomar mejores decisiones luego de la capacitación. | 58 |
| Figura 10. La capacitación brindará los conocimientos adecuados para los vendedores. | 59 |
| Figura 11. La capacitación permitirá conocer las habilidades de los nuevos vendedores..... | 60 |
| Figura 12. La evaluación de los resultados de la capacitación permitirá un conocimiento efectivo de la jefatura de ventas | 61 |
| Figura 13. El desarrollo de actitudes brindará motivación al vendedor para trabajar con empeño..... | 62 |
| Figura 14. Los nuevos vendedores encuentran la capacitación motivadora..... | 63 |
| Figura 15. Los nuevos vendedores se relacionan con los clientes satisfactoriamente | 64 |
| Figura 16. La jefatura de ventas se preocupa de los intereses de los nuevos vendedores. | 65 |
| Figura 17. La jefatura de ventas colabora con los nuevos vendedores cuando estos tienen problemas | 66 |
| Figura 18. El nuevo vendedor adquiere nuevos hábitos luego de la capacitación | 67 |
| Figura 19. El nuevo vendedor adquiere nuevas actitudes luego de la capacitación | 68 |

| | |
|---|----|
| Figura 20. El nuevo vendedor adquiere capacidad de abstracción luego de la capacitación..... | 69 |
| Figura 21. Luego de la capacitación el nuevo vendedor aporta ideas | 70 |
| Figura 22. Respuesta de los dependientes de Montalvo Perú 2014 | 71 |
| Figura 23. Los conceptos de la administración son aplicados en la capacitación..... | 72 |
| Figura 24. La aplicación de los nuevos conceptos de la administración en la práctica son establecidos en la capacitación..... | 73 |
| Figura 25. Los cambios tecnológicos afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A. | 74 |
| Figura 26. La empresa utiliza la nueva tecnología en las ventas de sus productos. | 75 |
| Figura 27. Los factores sociales afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A. | 76 |
| Figura 28. La empresa toma en cuenta los factores sociales para incrementar sus ventas | 77 |
| Figura 29. Los factores culturales afectan en los productos que venden la empresa Loreal Perú S.A... | 78 |
| Figura 30. La empresa toma en cuenta los factores culturales para incrementar sus ventas..... | 7 |
| Figura 31. La empresa toma en cuenta los factores políticos para incrementar sus ventas..... | 80 |
| Figura 32. La empresa toma en cuenta los factores legislativos para incrementar sus ventas. | 81 |
| Figura 33. La empresa toma en cuenta los factores económicos para incrementar sus ventas | 82 |
| Figura 34. La empresa toma en cuenta los factores ecológicos para incrementar sus ventas. | 83 |
| Figura 35. La empresa presenta una cultura dirigida a fomentar las ventas de sus productos. | 84 |
| Figura 36. La cultura de la empresa es promovida por la gerencia de manera constante..... | 85 |
| Figura 37. La organización está establecida a favor del incremento de las ventas | 86 |
| Figura 38. Los vendedores son una pieza fundamental para la organización | 87 |
| Figura 39. El estilo de los gerentes motiva a los vendedores | 88 |
| Figura 40. Los gerentes a través de su estilo promueven el incremento de las ventas | 89 |
| Figura 41. La profesionalidad de los gerentes promueve al incremento de las ventas..... | 90 |
| Figura 42. Los gerentes a través de su profesionalismo motivan a los vendedores..... | 91 |
| Figura 43. El mix de marketing es usado constantemente por la jefatura de ventas..... | 92 |

Figura 44. Las diversas herramientas de marketing son usadas por los vendedores para lograr sus objetivos 93

RESUMEN

El estudio tuvo como propósito establecer la relación entre la capacitación de los dependientes en los salones de belleza con el cierre final de las ventas de los productos de la empresa Loreal -Perú S.A. en la ciudad de Lima. Durante el año 2014.

El presente trabajo es de tipo descriptivo correlacional, debido a que busca describir las variables y es correlacional porque busca explicar la relación de las variables capacitación y cierre de ventas. Es de diseño no experimental, debido a que no se manipularan las variables y de corte transversal, porque tiene como objetivo indagar la incidencia de las variables en los dependientes, la confiabilidad de los instrumentos se midieron a través del Alfa de Cronbach (0.920), la población fue de 60 dependientes en los 5 salones de belleza con cada 12 dependientes seleccionados, con el cierre final de las ventas de los productos de la empresa Loreal Perú S.A.; el muestreo será no probabilístico e intencional ya que realizaremos las encuestas a la totalidad de colaboradores por lo tanto la muestra también será de 60 dependientes.

La investigación arribó a la siguiente conclusión de acuerdo a los resultados obtenidos en base a los dos instrumentos de recolección de datos, afirmando que existe relación significativa directa alta ($r_s = 0.832$) entre la capacitación y ventas. El 85.0% califica como eficaz a las ventas y óptimo desempeño a la capacitación y el 0.0% califica a las ventas como no eficaz y con optimo desempeño a la capacitación.

Palabras claves: Capacitación, ventas, dependientes.

ABSTRACT

The study aimed to establish the relationship between the dependent training in beauty salons with the final closing of sales of goods Loreal-Perú SA in the city of Lima. During 2014.

The present study is correlational descriptive, as it seeks to describe the variables and correlational because it seeks to explain the relationship of training variables and closing sales. Is no experimental design, because the variables and cross-section can not manipulate, because it is aimed to investigate the impact of variables on the dependent, the reliability of the instruments were measured through Cronbach's alpha (0.920), 60 population was dependent on the 5 salons with 12 dependent each selected with the final closing of sales of goods Loreal Perú SA; Non-probability sampling is intentional because we will survey the entire staff so the sample will also be 60 dependents.

The investigation came to the following conclusion according to results obtained based on the two data collection instruments, claiming that high meaningful direct relationship exists ($r_s = 0.832$) between training and sales. The 85.0% rate as an effective sales and optimal performance training and 0.0% sales rate as efficient and optimal performance training.

Keywords: Training, sales dependent.