

**GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO COMO ESTRATEGIA PARA
OPTIMIZAR LA GESTIÓN COMERCIAL: ESTUDIO DE CASO**

MARLON CESAR ESPINOSA CARRILLO

Trabajo de Investigación o Tesis Doctoral como requisito para optar el título de
Especialista en Gerencia e Innovación

Tutores

PhD. Magda Monsalve Peláez
PhD. (c) Enohemith Olivero Vega

RESUMEN

La gestión de recursos humanos representa aquellas estrategias y mecanismos destinados a robustecer las capacidades de las personas dentro de las organizaciones de los distintos sectores económicos, entre estos aspectos destaca la gestión comercial, importante a la hora de generar ingresos articulados con la razón de ser del negocio, en este orden de ideas, nace el presente trabajo, el cual se desarrolla desde el impacto e importancia dentro de las organizaciones de estos aspectos fundamentales.

En este sentido, la investigación tuvo como objetivo general, proponer estrategias para la gestión del recurso humano en pro de la optimización de la gestión

comercial, lo cual representa la hoja de ruta para el desarrollo argumentativo dentro de los cuatro (4) capítulos de la investigación.

La metodología utilizada se enmarcó dentro de un enfoque cualitativo, apoyada en la revisión bibliográfica-documental y de la técnica de estudio de casos para el desarrollo argumentativo de la investigación, de igual manera, para lo anterior, se implementó una entrevista abierta no estructurada la cual constó de cinco (5) preguntas, a partir de la cual se configuró la construcción del plan de acción, a través del cual se plantean las estrategias a realizar con la finalidad de optimizar la gestión del recurso humano dentro del área comercial en la compañía. Dicha entrevista fue aplicada al director comercial nacional de la compañía, siendo este, la persona con mayor conocimiento y espectro más amplio para las consideraciones de la investigación y los objetivos propuestos por la misma.

Los resultados de la investigación permitieron encontrar como hallazgos las estrategias de reclutamiento y de consideración valiosa por el recurso humano, como ideales para optimizar la gestión comercial, lo cual permitió determinar aquellos factores intervinientes en la contratación de asesores comerciales, donde convergen los factores de captación, capacitación, y formación.

Con respecto al tercer objetivo específico planteado, el cual consistió en establecer un plan de acción para desarrollar las capacidades del área de gestión humana y su relación con la gestión comercial dentro de la compañía, los hallazgos ofrecieron un panorama que permitió concluir en la necesidad de contratar un nuevo colaborador, el cual hiciera las veces de apoyo o asistencia en aquellas labores que restan tiempo a los asesores comerciales y reducen sus

posibilidades de dedicarse de manera efectiva a cerrar negocios con clientes, que para la compañía, resultan sumamente importantes.

La investigación concluyó en dirección a la importancia de generar estrategias para afrontar los procesos de venta de una manera efectiva, donde la labor de los asesores comerciales de la compañía se vea fortalecida a la hora de ejecutar las directrices organizacionales en cuanto a cumplimiento de cuotas y demás aspectos relevantes, donde sean abarcados los aspectos ya mencionados y a los que haya lugar, y a partir de esta nueva estructura, se puedan tomar decisiones propias y a la medida de las exigencias organizacionales.

Por último, se recomienda para futuras investigaciones, considerar diversos indicadores, además de los propuestos en este estudio, con el propósito de ampliar el espectro en este tipo de estudios, y poder aportar desde la academia, investigaciones que soportadas desde lo teórico y científico permitan convertirse en insumo propicio a la hora de estructurar estrategias para gestionar de manera efectiva el recurso humano y estar alineadas con las acciones de la gestión comercial.

Palabras clave: Gestión, Gestión Comercial, Recurso Humano, Ventas.

ABSTRACT

The management of human resources represents those strategies and mechanisms destined to strengthen the capacities of the people within the organizations of the different economic sectors, among these aspects the commercial management stands out, important at the time of generating income articulated with the reason of being of the business, in this order of ideas, the

present work is born, which is developed from the impact and importance within the organizations of these fundamental aspects.

In this sense, the research had as a general objective, to propose strategies for the management of human resources for the optimization of commercial management, which represents the roadmap for the development of arguments within the four (4) chapters of the research.

The methodology used was framed within a qualitative approach, supported by the bibliographic-documentary review and the case study technique for the argumentative development of the research. Similarly, for the above, an open interview was implemented, which consisted of five (5) questions, from which the construction of the action plan was configured, through which the strategies to be carried out in order to optimize the management of human resources within the commercial area of the company are proposed. This interview was applied to the company's national commercial director, who is the person with the greatest knowledge and broadest spectrum for the research considerations and objectives proposed by the company.

The results of the investigation allowed to find as findings the strategies of recruitment and of valuable consideration for the human resource, as ideals to optimize the commercial management, which allowed to determine those factors intervening in the contracting of commercial advisers, where the factors of recruitment, training, and formation converge.

With respect to the third specific objective, which consisted in establishing an action plan to develop the capacities of the human management area and its

relationship with the commercial management within the company, the findings offered a panorama that allowed us to conclude in the need to hire a new collaborator, who would act as support or assistance in those tasks that take time away from the commercial advisors and reduce their possibilities of effectively dedicating themselves to closing business deals with clients, which for the company, are extremely important.

The investigation concluded in the direction of the importance of generating strategies to face the sales processes in an effective way, where the work of the commercial advisors of the company is strengthened at the time of executing the organizational guidelines as far as fulfillment of quotas and other relevant aspects are concerned, where the already mentioned aspects are covered and to which there is place, and from this new structure, own decisions can be taken and to the measure of the organizational demands.

Finally, it is recommended for future research, to consider diverse indicators, in addition to those proposed in this study, with the purpose of extending the spectrum in this type of studies, and to be able to contribute from the academy, researches that supported from the theoretical and scientific thing allow to become propitious input at the time of structuring strategies to manage in an effective way the human resource and to be aligned with the actions of the commercial management.

Keywords: Management, Commercial Management, Human Resources, Sales.

REFERENCIAS

- Carrillo, C. V., & Santibáñez, J. (2001). Rotación de personal en las maquiladoras. Plaza y Valdés.
- Chiavenato, I. (2001). Evaluación del Desempeño, en su: Administración de Recursos Humanos. Santa Fe de Bogotá: Editorial Mc Graw–Hill
- Dess Gregory y Lumpkin Tom (2003). Dirección Estratégica. Mc Graw Hill. España. 560p.
- Estrada, R. (2017). El costo de la rotación del personal. *Obtenido de: <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/deloitte-analytics/articles/costos-de-rotacion-del-personal.html>*
- Gonzales Miranda, D. R. (2009). Estrategias de retención del personal. Una reflexión sobre su efectividad y alcances. *Revista Universidad EAFIT, 45(156), 45-72.*
- Graziani, L. B. (2009). Estrategias de retención del personal. *Revista universidad EAFIT, 45(156), 45-72.*
- Guiltinan Joseph, Paul Gordon y Madden Thomas (2005). Gerencia de Marketing: Estrategias y Programas. Mc Graw Hill. Colombia.
- Kotler Phillip y Armstrong Gary (2008). Principios del Marketing. Pearson Prentice Hill. España. 1020 p.
- Naim, Moisés (2002). Venezuela Competitiva. Caracas. Editado por IESA.
- Martínez Caraballo, H. R., Pico Ferrer, J. J., & Perozo Sierralta, B. J. (2016). Productividad y política industrial en Venezuela y el Mercosur. *Cuadernos del CENDES, 33(92), 59-78.*
- Mintzberg, H.; Quinn, J. B. & Ghoshal, S. (1999). El proceso estratégico. Madrid: Prentice Hall.

Valbuena, N. I. L. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad

empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(2), 379-389.